

Università degli studi di Napoli Federico II



Dipartimento di Studi Umanistici

Dottorato di ricerca in:

Scienze Psicologiche e Pedagogiche

Indirizzo: Analisi dei processi psicologici normali e patologici

Tesi di Dottorato

in

Psicologia Clinica

TITOLO

CYBERPSICOLOGIA:

Dagli stili di vita alle emergenze sociali.

Risignificazioni tecnomediate

Tutor

Dott. ssa

Anna Lisa Amodeo

Dottoranda

Dott.ssa

Annalisa Mottola

ANNO ACCADEMICO

2014 / 2015

*“Ciò che non è condiviso
non è mai accaduto”*

G.15 anni

INDICE

Introduzione.....	8
I. I New media: un ruolo rivoluzionario nel contesto sociale.....	14
Premessa	
1. Apocalittici e integrati: determinismo psicologico e costruzionismo sociale	
2. L'approccio critico alla relazione tra persone e New media e la teoria dell'inter-azione situata	
3. L'evoluzione delle rappresentazioni medialì	
4. Nuovi regimi relazionali nel mondo virtuale	
4.1. Potenziali vantaggi e pericoli della comunicazione mediata	
4.2. Cyberspazio e comunità virtuali	
4.3. Opportunità ed ostacoli alla costruzione identitaria mediata	
5. La cyberpsicologia e gli effetti dei nuovi media	
6. La teoria dell'interazione situata	
7. Soggettività e corporeità	
8. Il cuore dei nuovi media: digitalizzazione e interfaccia	
9. Il padre dei nuovi media: Internet	
10. Il computer come medium: metatecnologia	
10.1. I media elettronici testuali	
10.2. La multimedialità: l'emergere del Web	
10.3. Il Web 2.0: un nuovo territorio espressivo-relazionale	
11. Social network, identità e relazioni	
11.1. MySpace, Facebook, Twitter, LinkedIn, Ask.fm: social network a confronto	
11.2. Le applicazioni per smartphone	
II. Le prepotenze online: dallo “scherzo” al reato	64
Premessa	

1. La violenza digitale
2. Grooming: la sottile linea di confine tra richiesta di attenzioni e molestia
3. Quando il bullismo è cyber
 - 3.1 Le caratteristiche del cyberbullismo
 - 3.2. Continuità e discontinuità tra bullismo tradizionale ed elettronico
 - 3.3. La fine della privacy sui social media e bullismo elettronico
4. Cosa dice la Norma: l'im maturità e l'imputabilità dei minorenni
5. Disinibizione online e disimpegno morale
6. Gli attori coinvolti: il bullo, la vittima, il bullo/vittima e gli astanti
 - 6.1. Profilo psicologico del cyberbullo e fattori di rischio/protezione
 - 6.2. Profilo psicologico della cybervittima e fattori di rischio/ protezione
 - 6.3. La variabile età nel bullismo elettronico
 - 6.4. La variabile genere nel bullismo elettronico
 - 6.5. Il bullismo omofobico
 - 6.6. L'impatto negativo del fenomeno e il silenzio delle vittime
 - 6.6.1. Il caso di Amanda Todd
7. Problemi teorici e metodologici nei progetti di prevenzione e contrasto delle cyberviolenze
 - 7.1. Prevalenza e incidenza del fenomeno
 - 7.2. Educare ai media per un uso corretto della rete: il ruolo degli insegnanti
 - 7.3. Educare ai media: il ruolo dei genitori
 - 7.4. Il Safer Internet Day e il progetto Generazioni connesse
 - 7.5. Un ambulatorio nella capitale italiana: il primo a curare i danni reali di offese virtuali

III. Rapporto tra identità e media nell'era digitale: Digital Identity Assessment (DIA) e Narcisismo digitale.....144

Premessa

1. Nativi digitali e immigrati digitali al confronto
2. Di là dal corpo: analfabetismo emotivo?

3. La narrazione di sé nell'era digitale
4. La menzogna online e la Digital Identity Assessment (DIA)
5. Narcisismo e relazioni web-mediate: c'è ancora spazio per l'Altro?
6. Narcisismo digitale nell'era tecnoliquida: patologia o estensione del sé?
7. Ego-surfing, selfie e hashtag: tra sharing e oversharing
8. Nuovi disturbi connessi, nell'era web 2.0: Pubbing, F.O.M.O., Nomofobia
 - 8.1. Phubbing: snobbare l'altro utilizzando lo smartphone
 - 8.2. FOMO: la paura di non vivere "al meglio"
 - 8.3. Nomofobia: la paura di restare senza smartphone

IV. Nomophobia: l'utilizzo dello smartphone tra patologia e benessere.176

Premessa

1. Telefono cellulare e smartohone: quali differenze?
2. Smartphone: rischi e potenzialità d'utilizzo
3. L'utilizzo problematico dello smartphone
 - 3.1. Dipendenza tecnologica: pareri discordanti
 - 3.2. Dipendenze o pseudo-dipendenze? Quando manca la "sostanza"
 - 3.3. Una dipendenza comportamentale
 - 3.3.1. Urgenza e perseveranza
 - 3.3.2. Premeditazione e ricerca di sensazioni
 - 3.3.3. Genere sessuale, ansia e depressione
4. Abitudine al controllo dello smartphone: gateway habits
5. Un esperimento di Phubbing: Can you connect with me now?
6. Alterare la propria identità

V. Fear of Missing Out (F.O.M.O.): uno studio pilota 208

1. Introduzione alla ricerca
 - 1.1. Obiettivi e ipotesi della ricerca
 - 1.2. Partecipanti

- 1.3.Strumenti utilizzati
- 1.4.Fasi dello studio
- 2. Analisi dei dati
 - 2.1.Descrizione delle frequenze ai singoli items
 - 2.2.Risultati
- 3. Discussione dei risultati

VI. Social Network: il desiderio di essere costantemente connessi e la paura di essere tagliati fuori.....230

Introduzione alla ricerca

- 1. Fasi dello studio
- 2. Domande di ricerca
- 3. Obiettivi e ipotesi
 - 3.1.Obiettivo generale
 - 3.2.Obiettivi specifici
 - 3.3.Ipotesi di ricerca
- 4. Partecipanti
- 5. Strumenti utilizzati
- 6. Analisi dei dati
 - 6.1.Descrizione di frequenze alle scale e statistiche descrittive per età e genere sessuale
 - 6.2.Analisi correlazionali
- 7. Discussione dei risultati
- 8. Limiti e criticità di ricerche in un ambito in continua evoluzione

Considerazioni finali. Un mondo in evoluzione.....257

Premessa

- 1. Nerd, Gamer, NEET, Hikikomori: quando non è netto il confine tra stile di vita ed emergenza sociale
- 2. Lavorare con i nuovi adolescenti
 - 2.1. Esempio di dialoghi nerd

3. Nomophobia: dipendenza o fobia sociale?	
3.1. Caso clinico di J. C.	
4. La “dipendenza da internet”: un falso problema	
5. L'adolescente autorecluso o “Hikikomori all’italiana”: le nuove frontiere di un'emergenza sociale in atto	
Conclusioni.....	272
Nuovi interrogativi e proposte d’intervento	
Appendice 1.....	276
Fear of Missing out Quiz	
Appendice 2.....	278
F.O.M.O.:Fear of missing out Test (Traduzione)	
Appendice 3.....	280
UADI - Use, Abuse and Dependence on the Internet	
Appendice 4.....	284
COPE-NVI - Coping Orientation to Problems Experienced Nuova Versione Italiana	
Appendice.5.....	288
Scheda demografica e consenso informato	
Sitografia.....	290
Bibliografia.....	296

INTRODUZIONE

Viviamo in una realtà in cui la tecnologia sta trasformando rapidamente lo stile della comunicazione umana. Se ciò da un lato permette di comunicare a grandi distanze e con un numero esteso di persone, dall'altro non consente tutta la ricchezza e le possibilità offerte dalla comunicazione faccia a faccia. Tuttavia le categorizzazioni proprie del reale non sempre si adattano alla comprensione profonda di queste nuove forme di relazione, che non vanno viste come un'alternativa impoverita rispetto alla relazione faccia a faccia ma semmai, come una forma "altra" di rapporto in un continuum in cui la separazione tra cyberspazio e realtà divenga sempre più permeabile allo scopo di uno studio appropriato.

Gli psicologi si sono fatti carico di rispondere all'interrogativo relativo a quale tipo di conseguenze comporti la presenza dei mass media sulle condotte e/o sulla mente delle persone. Nel lungo periodo che va dall'invenzione della scrittura all'ultima trasformazione tecnologica – computer - si registra un dibattito ricorrente sugli effetti che i media hanno avuto e stanno avendo sull'intera esperienza umana del mondo.

La rete internet, nata sul finire degli anni sessanta per scopi eminentemente militari di difesa antinucleare e pensata inizialmente come uno strumento per la trasmissione a distanza di dati tra computer, si è progressivamente nel tempo, trasformata da semplice supporto tecnologico a sempre più raffinato mezzo di comunicazione e scambio, passando altresì da strumento di un'élite molto limitata numericamente ad una diffusione sempre più massificata, il tutto nel breve volgere di pochi anni che hanno visto letteralmente cambiare il volto della nostra società.

Internet è un nuovo modello di organizzazione sociale con ricadute pesanti nel campo dell'economia, della politica e della cultura alle quali vanno agganciate delle variazioni squisitamente psicologiche. E' una rivoluzione che va compresa per poter disporre dei mezzi adeguati ad affrontarla; è un processo senza ritorno perché ha mosso, muove e sempre più muoverà in futuro enormi interessi di tipo

economico tesi ad un continuo rinnovamento degli aspetti tecnologici connessi al nuovo paradigma che si può definire così: reti informatiche formate da unità pesanti sempre più piccole, sempre più potenti, sempre più user-friendly, sempre più multimediali tra loro interconnesse mediante un protocollo di comunicazione cross-platform e mediante sistemi di comunicazione sempre più rapidi ed efficienti.

Fin dalle sue origini la rete ha finito per caratterizzarsi come una vera rete di persone che dietro ai terminali agiscono, interagiscono, creano legami e costruiscono nuove forme di socialità e di relazioni interpersonali.

L'esplosione di internet a metà degli anni novanta del secolo passato ha mutato radicalmente la connotazione sociologica degli utenti, aumentati numericamente in proporzioni esponenziali nel breve volgere di pochi anni, una massa di persone che si è avvicinata alla rete con uno spirito diverso rispetto ai suoi antenati più televisivi, ma non per questo scevra del desiderio di immergersi nella vita virtuale o spesso in esso risucchiata per la potenza dello strumento e/o per la mancanza di una realtà sociale così solida da offrire delle certezze e delle prospettive future.

L'uso di nuove tecnologie telematiche, e in particolare l'uso di Internet diffuso a livello mondiale è, non solo una profonda rivoluzione tecnologica, ma anche una modalità di rapporto globale che può influenzare a livelli profondi le strategie comunicative e quindi la psicologia degli uomini del XXI secolo. Questo è tanto più vero per la psicologia di giovani che sono ancora coinvolti in un processo di educazione e formazione e che tali tecnologie usano quotidianamente. L'evoluzione del computer negli ultimi anni ha significato la trasformazione dell'interpretazione di tale strumento da archetipo della estensione e del potenziamento delle capacità di calcolo dell'intelletto umano alla concezione del computer considerato come strumento mitologico della simulazione virtuale, grazie alla quale, non solo la presenza fisica di una persona singola può essere in rete estesa e diventare collettiva, ma che consente anche, a quelle persone alla ricerca di identità succedanee, di poter sostituire il loro essere reale con molteplici identità virtuali simulate (Turkle, 1997). La tecnologia sta cambiando il mondo

sempre più rapidamente, con un impatto innegabile sulla vita di tutti; infatti, i dispositivi tecnologici e i nuovi media per la comunicazione hanno apportato profondi cambiamenti alle dinamiche relazionali tra gli adolescenti, rivoluzionando linguaggi, abitudini e stili di vita. Attraverso gli strumenti tecnologici i giovani comunicano e, spesso, conoscono nuove persone, acquisiscono informazioni e vanno alla scoperta del mondo, addentrandosi, a volte, anche nella sfera più intima, quella affettiva e sessuale. Molti aspetti dello sviluppo dei giovani sono quindi influenzati da questi scambi virtuali e la comprensione dei processi di costruzione delle modalità relazionali degli adolescenti non può prescindere dall'analisi di questo intreccio tra vita online e vita offline. Gli strumenti che hanno avuto il maggior impatto sulle nostre relazioni sono stati, e continuano ad essere i *social network*. La comunicazione nei social network è “disincarnata”, nel senso che rimuove dall'interazione il corpo e i significati che questo porta con sé. Di conseguenza, il soggetto diventa per gli altri utenti quello che comunica. Quando si analizza un social network, si pensa in primis agli aspetti positivi e quindi alle opportunità che può offrirci in diversi campi, ma è anche vero il contrario, perché la natura ibrida dei social network presenta due facce, una positiva e una negativa; una permette di creare nuove opportunità e l'altra è in grado di creare nuovi problemi. Dietro al lato oscuro dei social network si nascondono una serie di comportamenti disfunzionali non sempre immediatamente visibili, come per esempio il cambiamento d'identità, la violazione e la manipolazione dell'informazione e i comportamenti aggressivi. Questo perché è proprio la possibilità di nascondere la propria vera identità che porta ad una riduzione del controllo sociale e quindi a comportamenti disinibiti. Come dimostrano diverse ricerche in ambito internazionale, alla disinvoltura con la quale vengono utilizzati questi strumenti non corrisponde sempre una piena percezione dei rischi nei quali ci si può imbattere e degli accorgimenti da mettere in atto per prevenirli o affrontarli, così come non sempre i giovani sono in grado di cogliere e sfruttare pienamente le potenzialità offerte dalla Rete.

Una delle maggiori sfide della società contemporanea riguarda la comprensione dei processi di cambiamento attivati dai nuovi media, ormai parte

della nostra esperienza quotidiana. Come evidenzia Norman: “La tecnologia ci pone di fronte a problemi fondamentali, che non possono essere superati basandoci su quanto abbiamo fatto nel passato. Abbiamo bisogno di un approccio più tranquillo, più affidabile, più a misura d’uomo” (Norman, 2008, 31).

Un ruolo fondamentale è ricoperto in questo senso dalla “Cyberpsicologia” il cui campo d’indagine include tutti i fenomeni psicologici che si associano alla tecnologia. Essa ha come obiettivi lo studio, la comprensione, la previsione e l’attivazione dei processi di cambiamento che hanno la loro origine nell’interazione con i nuovi media.

Qualunque tecnologia della comunicazione (dalla stampa, alla radio, alla televisione) è stata sempre caricata da timori apocalittici, come se il superamento dei limiti della comunicazione faccia-a-faccia potesse comportare un effetto disumanizzante e pericolose conseguenze per le relazioni personali. Oggi, gli scettici dei nuovi media vengono chiamati *neo-luddisti* (durante la rivoluzione industriale, i luddisti erano gli artigiani in rivolta che distruggevano le macchine dei primi capitalisti poiché sottraevano loro lavoro; erano seguaci del mitico contestatore anti-tecnologico Ned Ludd). Secondo i neo-luddisti la tecnologia provocherebbe una serie di danni, allontanando le persone dalla propria sfera d’intimità affettiva, in particolare le nuove generazioni di Nativi Digitali esposti sin dalla nascita. Il web-surfing, i social network, vengono visti come latori di un’inevitabile dipendenza patologica, esibizionismo o di atteggiamenti di alienazione. Secondo Ferri e Moriggi (2011), queste paure sarebbero infondate; infatti, se guardiamo la generazione dei Nativi Digitali emerge che “per loro l’identità reale e l’identità virtuale sono un continuum integrato fin dalla prima infanzia, ma questo (eccezioni a parte!) non costituisce di per sé un elemento di alienazione o di dipendenza patologica” (Ferri, Moriggi, 2011).

Secondo Cantelmi (2013) la rivoluzione digitale in atto ha aperto nuovi scenari interiori e nuovi modi di abitare il mondo che non vanno difesi o temuti, quanto attentamente valutati.

Il digitale non è più solo “una tra le tante” dimensioni del reale, ma “un modo di stare al mondo” e negarlo significherebbe minimizzare il salto compiuto

negli ultimi dieci anni. La virtualità non è più solo evasione, ma si configura come dimensione del reale che incide profondamente sulla struttura e sull'organizzazione della nostra mente. I social network permettono per la prima volta la creazione di reti sociali ibride, contemporaneamente costituite da legami virtuali e da legami reali, dando vita a un nuovo spazio sociale, l'*interrealtà*, molto più malleabile e dinamico delle reti sociali precedenti. Secondo Zhao (2006), Facebook rappresenta un ambiente in cui le relazioni online si basano anche su quelle offline e si miscelano con nuovi rapporti ma a partire da un contesto di non anonimato. Questo stato di "nonymity" (Zhao et al., 2008) apre la strada a "hoped-for possible selves" (Yurchisin et al., 2005), cioè a sé possibili auspicati. "I sé di Facebook sembrano essere identità altamente desiderabili socialmente, che gli individui aspirano ad avere offline, ma che non sono ancora stati in grado di incarnare per un motivo o per un altro" (Zhao et al. 2008, p.1830).

La letteratura sui comportamenti psico-patologici legati all'uso, e soprattutto all'abuso di Internet, ha visto succedersi numerosi studi e ricerche che mettono in luce la complessità del fenomeno.

Lo stile patologico narcisista, sia in termini di disturbo vero e proprio, sia di semplice tratto prevalente della personalità, sembra aderire perfettamente a molte caratteristiche dell'attuale società *tecnoliquida* (Bauman, 2006), caratterizzata da difficoltà nelle relazioni, identità personali fragili, rapporto strumentale con la società e con gli altri, utilizzato come forma di autoaffermazione personale. Ciò che conta è essere al passo con le mode e se qualcosa non va come si desidera, basta un click e tutto si spegne. Nasce così una nuova forma di narcisismo, targata 2.0, che viene definita *Narcisismo Digitale*.

Il *Narcisismo Digitale* si esprime attraverso una serie di azioni digitali ormai molto diffuse (*egosurfing*, *selfie*, *hashtag*) che, superato un certo limite, smettono di essere semplice "moda" e divengono eccessive.

L'essere sempre connessi e costantemente attenti a curare la propria immagine online, se da un lato contribuisce ad alimentare l'Ego dei Narcisisti Digitali, allo stesso tempo genera forme di competizione tra gli attori della rete: ci si ritrova costantemente a confrontarsi con la vita degli altri, con ciò che fanno, i

posti che visitano; si insinua il dubbio e la paura di non vivere al meglio quanto gli altri, di non divertirsi abbastanza, di perdersi qualcosa; cresce la F.O.M.O ("Fear Of Missing Out"), la paura di essere tagliati fuori, il pensiero costante che gli altri stiano facendo qualcosa di più interessante di quello che stiamo facendo noi. E che ci stiamo perdendo qualcosa. Una paura che porta a controllare in modo compulsivo il cellulare o qualsiasi altro dispositivo, per vedere cosa accade ad amici, conoscenti e sconosciuti, ignorando allo stesso tempo chi ci sta di fronte (Phubbing). Un bisogno talmente intenso che se non soddisfatto, può sfociare in una vera e propria "crisi di astinenza" (Nomophobia).

Nell'entrare in contatto con le abitudini e le nuove mode di questa epoca, non è difficile imbattersi in vari stili di vita molto legati all'utilizzo di nuovi apparecchi tecnologici come Nerd, Geek, Keeg, i cui interessi sono ben lontani dai social network e maggiormente legati a videogiochi, fumetti, anime di origine giapponese.

Nella stessa epoca durante la quale cresce la paura di essere tagliati fuori dalle varie forme di divertimento, c'è una gran parte della popolazione adolescenziale che taglia fuori sé stessa dal mondo naturale per iscriversi solo ed esclusivamente al cyberspazio (N.E.E.T., Hikikomori o autoreclusi).

Appare difficoltoso cogliere le emergenze sociali in atto, evitando di ascriverle a semplici stili di vita, e viceversa si rischia di patologizzare ciò che può essere un interesse, una moda o lo stile di vita di una nuova era tecnologica.

Soltanto una conoscenza approfondita dell'evoluzione tecnologica e sociale in atto, può tutelare gli addetti ai lavori, da pericolosi e grossolani errori di valutazione.

Capitolo primo

I NEW MEDIA: UN RUOLO RIVOLUZIONARIO NEL CONTESTO SOCIALE

Premessa

I new media permettono ai soggetti interagenti di superare i limiti della comunicazione faccia a faccia, soprattutto quelli di carattere spazio-temporale. Ciò sostituisce l'esperienza diretta dell'altro con una percezione mediata che mette in discussione la corporeità e la soggettività degli interlocutori modificando la struttura stessa della relazione.

L'approccio tradizionalmente seguito dagli psicologi dei media allo studio delle varie implicazioni dovute all'introduzione di questi nuovi artefatti nella nostra vita quotidiana, è di natura reattiva, cioè mira a fornire risposte alle preoccupazioni socialmente diffuse circa gli effetti dei media sulle persone in relazione ad esempio al nesso tra violenza esibita ed aggressività attivata, alle ripercussioni dei media sulle pratiche della sessualità, alle manomissioni dell'immaginario attribuibili alla pubblicità, alle alterazioni del consenso indotte dalla propaganda politica dei media, alla dissipazione dei valori e alla costruzione di false credenze, alla manipolazione, persuasione, stereotipizzazione dei ruoli.

Ma il rapporto con i media è molto più intricato, perché è rivelatore di come le persone e le comunità culturali rappresentino se stesse, oltre che i media. La cyberpsicologia o psicologia dei nuovi media è impostata in modo propositivo tentando di superare la natura reattiva della psicologia dei media. A tal fine opera una prima distinzione tra media e new media dovuta alla digitalizzazione dei primi e alla loro conseguente trasformazione in new media, sempre più interattivi e modulari.

Il principale oggetto di studio della psicologia dei nuovi media è l'analisi dei processi di cambiamento attivati attraverso l'interazione tra le persone e i new media, in particolare si sofferma sulla creazione di nuovi modelli di comunicazione e di interazione che si differenziano drasticamente dalla

comunicazione faccia-a-faccia e dalla trasmissione di informazioni dei vecchi media analogici. Basti pensare che la digitalizzazione, infatti, consiste in un processo che permette alla persone di comunicare attraverso i new media dando e ricevendo feedback, cosa che non avveniva anni fa con la TV o il computer e che invece oggi è possibile. Proprio grazie a questa digitalizzazione è stato possibile creare mondi virtuali nei quali interagire con altri partecipanti.

1. Apocalittici e integrati: determinismo psicologico e costruzionismo sociale

Nel suo recente libro “Psicologia e media” (2008), Mininni prende in prestito due termini dal testo di Umberto Eco: “Apocalittici e integrati” (1964), per applicarli alla psicologia dei media: due tendenze rispetto al modo di vedere la relazione tra persone e new media.

Gli apocalittici tendono ad evidenziarne i pericoli degenerativi, la passività, l'eterodirezione, l'omologazione e la mistificazione. Temono che ogni nuova tecnologia inserita nella condotta comunicativa accresca i rischi di catastrofe per la dignità dell'uomo e i rischi di disgregazione personale e sociale.

Per contro, gli integrati, tendono ad esaltare le potenzialità di sviluppo apportate dai mass media: crescita del potenziale esperienziale medio, circolazione dei saperi, disseminazione degli stili, avvicinamento delle sensibilità culturali. Essi indicano nei media le risorse di un'accresciuta compattezza sociale. Questo scontro interpretativo, nella forzata divaricazione delle due posizioni, rappresenta un buon esempio di dialogo tra sordi perché entrambe le posizioni adducono argomenti a sostegno delle proprie idee che evidenziano aspetti completamente diversi delle varie caratteristiche della relazione tra persone e new media.

Questi due punti di vista consentono di documentare il confronto tra diversi approcci teorico-metodologici in psicologia; approcci che fanno risaltare il particolare percorso di evoluzione dal paradigma comportamentista a quello cognitivista e che guidano anche i programmi di ricerca psicologica applicata ai media. Infatti, l'orientamento comportamentista enfatizza l'eventuale influenza dei media sulle condotte delle persone, mentre nell'ottica cognitivista s'indaga

sulla loro capacità di organizzare conoscenze, di produrre consonanza e dissonanza cognitiva, di guidare l'elaborazione interna degli atteggiamenti verso il mondo fisico e sociale (Arcuri, Castelli, 1996).

La psicologia dei media è divisa in due visioni teoriche che si presentano come due posizioni apparentemente antitetiche. La prima è quella del determinismo tecnologico, che trova in Marshall McLuhan e nella sua scuola il principale punto di riferimento. Secondo questa scuola, l'impiego di un medium non solo modifica le interazioni, ma ha anche effetto sul modo di sentire e di pensare dei propri utenti. A tale concezione allude il famoso slogan di McLuhan: "il mezzo è il messaggio" (McLuhan, 1964). La seconda è quella del costruzionismo sociale, che ha in Williams il principale punto di riferimento. Questa posizione rovescia il focus dell'analisi: "un medium è sempre situato quindi nasce sempre come risultato di determinate forze sociali e culturali" (Williams, 1966).

Queste due posizioni rendono evidente che da una parte, il ciberspazio rappresenta un'opportunità. Attraverso le comunità virtuali, i soggetti possono trovare supporto, sperimentare nuovi ruoli e nuove identità e perfino creare relazioni interpersonali tutto questo senza costi e rischi eccessivi.

Dall'altra, il ciberspazio può rappresentare un problema. Obbliga l'utente ad accettare il rischio di comportamenti disfunzionali come le relazioni con false identità virtuali, o la mancanza della ricerca della propria identità nella vita reale. Inoltre esiste un rischio di sovraccarico di grandi quantità d'informazioni disponibili selezionate in modo acritico. Infine c'è il rischio di dipendenza da ciberspazio, che può portare l'utente a cercare on line in maniera compulsiva relazioni, sesso o gioco d'azzardo.

2. L'approccio critico alla relazione tra persone e new media e la teoria dell'inter-azione situata

Un approccio critico alla relazione tra persone e new media si pone l'obiettivo di assumere consapevolezza di tutto ciò che ci condiziona mettendo a nudo la natura e il carattere di tali condizionamenti.

Uno dei primi autori che ha pensato di sottoporre ad esame critico tale relazione è stato Mininni. L'autore ha tentato una meta rappresentazione concernente le due teorie di base relative a questo ambito di studi ma, in definitiva, si è maggiormente lasciato trasportare da una visione deterministica dell'influenza dei media sui gruppi sociali, nella convinzione che un atteggiamento neutralista, di chi ritiene che le tecnologie siano solo supporti tecnici, è solo riduzionistico e trascura il fatto che ogni medium costruisce un suo modo di intendere il mondo e, quindi, opera da ambiente simbolico. In definitiva ritiene che "le persone e le forme di relazione tra loro, siano forgiate dai media perché la maggior parte delle conoscenze sul mondo, dei modelli di ruolo, dei valori e degli stili di comportamento giungono alla mente dell'uomo non dall'esperienza diretta del mondo fisico e delle relazioni con gli altri, ma sempre più attraverso la mediazione della comunicazione sociale" (Mininni, 2008). Con lo stesso orientamento del determinismo tecnologico, è stato trattato da Arcuri questo stesso argomento, evidenziando i pericoli dell'uso di internet sulla salute fisica e psichica ed in genere i pericoli dal punto di vista sociale.

L'autore che, attraverso un approccio teorico unificante di psicologia dei nuovi media, ha tentato il superamento della dicotomia legata all'argomento è stato Riva (2008). L'autore si è posto il dilemma di come integrare le due visioni del determinismo tecnologico e del costruzionismo sociale allo scopo di non trascurare nessuna delle due posizioni che mettono in evidenza separatamente l'una i rischi e l'altra le opportunità del cyberspazio. Ha sottolineato come una tecnologia si sviluppi attraverso diverse fasi in cui l'influenza sociale prevale su quella della tecnologia. Quando poi quest'ultima penetra all'interno della società e si consolida nell'uso quotidiano, cambia il suo ruolo e da determinata diventa determinante. A consentire questo passaggio sono le metatecnologie: le pratiche che regolano l'uso sociale della tecnologia.

Questa prospettiva, evidenziata dalla teoria dell'inter-azione situata, suggerisce che le due posizioni del determinismo tecnologico e del costruzionismo sociale, non sono antitetiche ma interpretano fasi diverse del rapporto tra medium, soggetto e società. Tale rapporto non è descritto in modo

esauriente da nessuna delle due posizioni, mentre una psicologia dei media deve essere in grado di spiegare entrambe le visioni. Infatti, la teoria dell'inter-azione situata analizza l'azione e l'interazione del soggetto in base al contesto ed alla situazione in cui si svolge; e ha come elementi che costituiscono il suo oggetto di studio: i soggetti (o attori sociali, che agiscono verso degli obiettivi organizzati all'interno di una visione del mondo); il contesto (o ambiente, cioè l'insieme dei rapporti simbolici che costituiscono una cultura e/o un'organizzazione); l'attività (diretta o mediata da artefatti); l'artefatto/il medium e la situazione (la parte di contesto in cui si svolge l'attività dei soggetti). Questa teoria evidenzia che il modello di analisi dell'esperienza che i soggetti fanno dei media va strutturato su tre livelli: artefatto, situazione e contesto, i quali interagiscono attraverso l'attività individuale e sociale.

Come sottolinea Wallace (2000) internet si trova in una posizione mediana tra determinismo tecnologico e costruttivismo sociale. Le sue radici sono in ambienti accademici e in organizzazioni di ricerca, ma oggi le sue potenzialità sono andate molto oltre quei primi campi di applicazione e la rete interviene in quasi tutte le attività umane.

3. L'evoluzione delle rappresentazioni medialità

Ci sono attualmente tante nuove espressioni linguistiche, coniate nell'ultimo decennio dai nuovi adolescenti grazie ai nuovi strumenti di comunicazione internet e, come è sempre accaduto nel corso della storia, nuovo linguaggio vuol dire nuovo modo di comunicare e nuovo modo di comunicare vuol dire nuova visione del mondo.

Ma, andando un passo per volta, lo stesso Rommetveit nel suo saggio: "Il ruolo del linguaggio nella creazione e trasmissione delle rappresentazioni sociali", ha evidenziato la necessità di un nuovo approccio pluralistico ad alcune questioni fondamentali che riguardano la comunicazione umana: "Quelli che da una posizione monistica sembrano essere dei residui dinamici della costruzione dell'intersoggettività umana, devono invece essere esaminati all'interno di una prospettiva pluralistica come costituenti di base della comprensione reciproca"

(Rommetveit, 1989). Ed ecco che appare evidente la necessità di esaminare le interazioni umane all'interno del contesto di appartenenza per poter esplorare l'evoluzione delle rappresentazioni sociali. Lo stesso Moscovici sottolineava: "le rappresentazioni che abbiamo del corpo, delle relazioni con altre persone, della giustizia, del mondo, ecc., si evolvono dall'infanzia alla maturità: dovrebbe essere preso in considerazione uno studio dettagliato del loro sviluppo, che esplorasse il modo in cui una società è concepita e sperimentata simultaneamente da gruppi e generazioni differenti" (Moscovici, 1989).

Chi di noi non ricorderà quando per approcciare in una nuova relazione si chiedeva il numero di telefono, sott'inteso che fosse quello di casa (unico e solo numero di telefono che ognuno di noi potesse avere). Questo accadeva circa quindici anni fa. Oggi il numero di telefono di casa ribattezzato "numero di telefono fisso" è stato messo al bando dal numero di cellulare (il cosiddetto telefono mobile) ed è un vero tabù chiederlo all'inizio di qualsiasi relazione.

Ci si rende conto che solo guardandosi indietro si osserva una grossa evoluzione delle rappresentazioni sociali mediate dall'ingresso progressivo ma veloce dei new media nella vita quotidiana.

Per usare le parole di Moscovici potremmo dire che "ciò che è importante è la natura del cambiamento in base al quale le rappresentazioni sociali diventano capaci di influenzare il comportamento dell'individuo che fa parte di una comunità. Questo è il modo in cui sono intimamente create, dato che è in questa forma che il processo collettivo stesso penetra nel pensiero individuale. Di conseguenza, rappresentazioni di questo tipo ci appaiono quasi come degli oggetti materiali nella misura in cui sono il prodotto delle nostre azioni e comunicazioni" (Moscovici, 1984). L'autore riteneva che le rappresentazioni stesse, una volta create nel corso della comunicazione, cominciassero a circolare, attrarsi, respingersi, fondersi fino ad avere il potere esse stesse di creare nuove rappresentazioni sociali facendo scomparire quelle vecchie mal adattate alla nuova realtà sociale sempre in mutamento.

Esempi di nuove rappresentazioni sociali nate attraverso l'interazione tra persone e new media potrebbero essere vari e sui più disparati argomenti.

Mi focalizzerò sulle rappresentazioni di alcuni concetti che interessano direttamente la relazione tra persone e mondo virtuale, concetti che vanno dalla rappresentazione sociale di comunicazione alla costruzione di una nuova visione del mondo condivisa fonte di nuove identità personali e sociali.

Gli autori deterministi o, come li chiama Mininni (2008): gli apocalittici, hanno sottolineato che negli ultimi anni le persone prediligono maggiormente la comunicazione massmediale a quella faccia a faccia. Ci si saluta presto quando ci s'incontra perché si va sempre di fretta, la nostra realtà è all'insegna della velocità, del tempo da non perdere, si ha sempre altro da fare e magari correndo verso un determinato luogo si parla al telefono, ci si manda un messaggio o si scrive un'e-mail in attesa di quel determinato treno o aereo: *la comunicazione è mediata*. Ce la rappresentiamo in modo mediato e lo diventa sempre di più grazie all'aumento della presenza sociale e di quella psicologica attraverso i nuovi strumenti tecnologici digitalizzati (Riva, 2008). Quindi in modo ricorsivo queste rappresentazioni sono dovute al progresso ma allo stesso tempo lo provocano, è come dire che la realtà diventa quella che, in effetti, ci rappresentiamo e le rappresentazioni sono create dalla realtà in cui viviamo, in questo modo si supera un'ulteriore dicotomia relativa ai new media e prima ancora alle rappresentazioni sociali e cioè se "le rappresentazioni diffuse dai media sono un riflesso della realtà o contribuiscono a costruirla?" (Mininni, 2008). L'autore ha approfondito l'attendibilità delle *rappresentazioni mediali* e il grado di corrispondenza tra il mondo di riferimento e la rappresentazione fornite dai media e ne ha dato una risposta all'insegna del determinismo tecnologico utilizzando le espressioni: "specchi deformati della realtà sociale; megafoni degli stereotipi; manipolatori di verità". Ma bisogna sottolineare che se le rappresentazioni sociali mediate non fossero intrise di alcuni aspetti della realtà ad alta rilevanza sociale, non diverrebbero sociali, cioè condivise dalla comunità.

Che dire della nuova rappresentazione sociale di relazione. La relazione è oggetto di studio della psicologia sociale nell'accezione di relazione sociale o interazione. L'interazione sociale si ha tra due o più soggetti ciascuno dei quali modifica i propri comportamenti in rapporto a quelli dell'altro o degli altri,

anticipandoli o rispondendovi. Abbiamo l'impressione (ma forse è una visione apocalittica della questione) che la nuova tecnologia abbia autorizzato e sempre di più autorizzi una visione "a distanza" non solo, com'è evidente, d'interazione ma soprattutto di relazione che sia una semplice conoscenza, o un'amicizia, o addirittura una storia d'amore, la rappresentazione sociale della relazione a distanza è autorizzata dalla digitalizzazione dei new media. In questo modo i new media hanno il duplice effetto di accorciare le distanze ed allo stesso tempo di farle crescere, grazie all'interfaccia che, come ha sottolineato Riva (2008), con i nuovi media si pone in mezzo tra l'utente e il medium e il supporto fisico diventa una finestra che consente persino la visualizzazione dell'interlocutore anche dall'altra parte del mondo, comportando un'alta presenza sociale ma al tempo stesso una bassa presenza; quindi sembra che i new media permettano la comunicazione e la costruzione di relazioni a distanza ma autorizzino essi stessi le persone ad intrattenere questo tipo di relazioni, in alcuni casi in modo prevalentemente mediato o quasi esclusivamente mediato, e lo farebbero attraverso le nuove rappresentazioni di relazioni a distanza che fanno presa sulla società proprio perché trovano spazio nella necessità di dedicare sempre meno tempo alle relazioni faccia a faccia per vari motivi: mancanza di tempo, necessità di cercare lavoro lontano dalla città natia, percezione di minore impegno e coinvolgimento nelle relazioni mediate, ecc. Inoltre internet abbatte le barriere che creano timidezza, insicurezza, introversione (Mininni, 2008).

Ma non bisogna dimenticare che le stesse nuove rappresentazioni permettono un sempre maggiore potenziamento degli apparecchi tecnologici, sia nel ridurre la percezione della distanza grazie alle nuove interfacce, sia rendendo più alla portata di tutti i nuovi sistemi di comunicazione dal punto di vista pratico (attraverso la diffusione sul mercato di apparecchi sempre più maneggevoli e portatili) e dal punto di vista economico (attraverso la diffusione delle nuove connessioni a banda larga ADSL veloci ed a tariffa fissa, delle chiavette wireless e delle tariffe telefoniche sempre più ridotte, nonché di strumenti di comunicazione a costi sempre più ridotti e dalle capacità sempre crescenti). Bisogna notare che nell'evoluzione della rappresentazione sociale di relazione si è aggiunta

velocemente la necessità di intrattenere relazioni che permettessero ai loro interlocutori di spostarsi fisicamente nel corso della comunicazione, perché “non c’è più tempo”, nella frenesia del nostro vivere quotidiano, da poter dedicare esclusivamente alla comunicazione restando legati ad un filo. Di qui il progresso del *senza filo* con telefoni cellulari e cordless, PC portatili e più recentemente chiavette WIRELESS. Quindi non solo si vivono relazioni a distanza, ma la distanza stessa muta in tempo reale nel corso della comunicazione.

Le rappresentazioni, in questo caso di relazione e comunicazione, si intrecciano in modo inestricabile tra loro, ma ciò avviene anche con altre rappresentazioni sociali. Il villaggio globale si riferisce ad un processo epocale che porta con sé la rappresentazione dell’intero pianeta come se fosse un solo grande villaggio, con ripercussioni non solo sul piano economico-sociale e politico-ideologico, ma anche sul piano psicologico della costruzione del sé e della gestione delle relazioni con gli altri. Internet ha consentito chiaramente all’umanità di inquadrare il proprio rapporto con il mondo in termini di villaggio globale, grazie alla sua ragnatela fittissima d’informazioni e relazioni attraverso la comunicazione schermo a schermo. Le reti internet sono penetrate nel senso comune ancorandosi ad una grande metafora marittima: navigare. L’immagine dell’oceano rende bene quel misto d’immensità sconfinata e possente vitalità che le reti di computer portano con sé, e si va a legare a rappresentazioni sociali già esistenti, per poi svilupparne di nuove in continua evoluzione, parallela ai mutamenti della realtà tecnologica e di quella sociale in genere.

Da queste riflessioni ci si rende conto che non si può ottenere nulla restando radicati ad una visione dicotomica; che non c’è risposta alla domanda: se sia nato prima l’uovo o la gallina, e quindi la risposta alla domanda se le nuove rappresentazioni sociali siano lo specchio della realtà o contribuiscano a costruirla è entrambe le cose o nessuna delle due cose, dal momento che la domanda stessa non è pertinente perché originata da una visione monistica che sembra voler escludere una parte importante della realtà sociale.

4. Nuovi regimi relazionali nel mondo virtuale

4.1. Potenziali vantaggi e pericoli della comunicazione mediata

Come afferma Arcuri (2008) nel suo testo: “Crescere con la tv e internet”, i potenziali vantaggi d’internet sono apparentati con i suoi potenziali pericoli, e si potrebbe aggiungere che è vero anche l’inverso. Ma cosa vuol dire quest’affermazione? L’autore fa un breve elenco delle caratteristiche del mondo virtuale e non lascia molto spazio all’immaginazione affermando che tali caratteristiche sono allo stesso tempo i vantaggi della nuova era ed i maggiori pericoli ad essa associati. Si riferisce: ai contenuti illimitati e diversificati del mondo virtuale; alla libertà di percorrere in lungo e in largo i siti web; il mondo virtuale è un ambiente non soggetto ad alcun reale controllo (a parte poche eccezioni degli ultimi anni); gli utenti anche giovani spesso entrano nel mondo virtuale da soli.

Infatti, i mezzi di comunicazione stanno progressivamente acquisendo una configurazione socialmente condivisa, fino a diventare parte importante delle pratiche di vita quotidiana delle persone. Ma è stata mostrata una diseguale distribuzione d’uso confrontando ragazzi ed adulti: i ragazzi acquisiscono e mantengono abilità e complessità d’uso dei nuovi apparecchi tecnologici decisamente superiori a quelle degli adulti, e questa abilità finisce per conferir loro una sorta di status sociale elevato in quello scenario tecnologico che è ora parte importante della struttura familiare. Questa diseguaglianza di abilità relative all’uso della nuova tecnologia digitale, è stata messa in luce da diversi autori (Arcuri 2008, Wallace 2000, Roversi 2001) come *gap generazionale* che viene a crearsi tra adulti ed adolescenti con conseguenze sulle capacità comunicative tra diverse generazioni e sul quasi totale isolamento di quella parte della popolazione costituita dagli anziani che restano fuori dalla capacità di utilizzo dei nuovi apparecchi tecnologici.

Gli apocalittici, come afferma Mininni (2008), sottolineano come effetti sociali della comunicazione mediata il fatto che vengano trascurate le relazioni sociali, gli impegni, la crescita personale. Oltre ai fenomeni di dipendenza, viene messo in luce il fatto che le attività collegate alla crescita personale e sociale

risultino fortemente ridotte e che viene preferito il legame virtuale piuttosto che con “persone in carne ed ossa”, con molta probabilità ciò dovuto al fatto che il mondo virtuale consenta una comunicazione impersonale (bassa presenza) e questo permette, oltre alla finzione sulla propria identità, anche il superamento delle maggiori difficoltà relative ai rapporti umani ad esempio: il primo impatto, la prima chiacchierata che spesso intimoriscono mettendo a disagio (Mininni, 2008).

Il punto di vista degli integrati mette in luce i vantaggi relativi soprattutto al fatto che il mondo virtuale si presenti come un vero e proprio supporto relazionale, laddove la solitudine del mondo moderno imperversa; attraverso queste realtà parallele possono essere sperimentati nuovi ruoli e nuove identità prima di fare il passo successivo nella vita reale. Gli integrati ritengono che, non solo la sintonia relazionale nasca lo stesso, ma che, anzi, il fatto di amarsi di là della presenza fisica, renda questo sentimento ancor più autentico e profondo.

4.2. Cyberspazio e comunità virtuali

I nuovi media hanno creato un nuovo spazio sociale: il *cyberspazio*. Si parla di un cyberspazio, cioè di una dimensione immateriale, di uno spazio di comunicazione senza limiti che si sviluppa al di là dello schermo nelle interconnessioni tra i computer e le memorie informatiche. La capacità dell'interfaccia di supportare l'azione e la comunicazione degli utenti permette l'emergere di una nuova forma di comunità: la *comunità virtuale* che può sostituire o integrare quelle reali. Se da una parte le comunità virtuali possono sovrapporsi a quelle esistenti, dall'altra possono aumentare le opportunità dei suoi membri creando delle reti di pratica tra soggetti che non si conoscono, per il raggiungimento di un obiettivo comune di tipo economico o relazionale (Riva, 2008). Attraverso l'azione, l'artefatto viene percettualmente incorporato dal soggetto allargando i confini del sé. Questo non vale solo per gli artefatti primari, come un bastone o una penna. Infatti, l'utilizzo efficace degli artefatti primari modifica i confini corporei, mentre l'utilizzo efficace di quelli secondari e terziari altera il sistema informativo del soggetto (visione del mondo) e quindi i confini

della situazione, con ripercussioni inevitabili sull'identità ed inestricabili rispetto all'evoluzione tecnologica (Riva, 2008).

Il cyberspazio si configura anche come un serbatoio enorme di emozioni a cui attingere nei momenti di vuoto, noia e monotonia, una enorme comunità virtuale caratterizzata dalla mancanza di uno spazio fisico/sensoriale condiviso. La creazione di un cyberspazio e la possibilità di navigare, cioè di esplorare questo spazio nuovo, richiede però la necessità di orientarsi, di avere un riferimento a cui aggrapparsi per non perdersi: è paradossale che nella ricerca della libertà, in realtà si cerca qualcosa che limiti ponendo un confine, un appiglio per delimitare lo spazio entro cui ci si muove. Si arriva cioè alla creazione di comunità virtuali: luoghi immaginari (ovvero virtuali) di aggregazione, di scambio, in cui fuggire dalla propria identità per costruirsi una nuova, aldilà di ogni consueto contatto umano, esclusa la parola (Degli Antoni, 2000).

Come sottolinea Riva (2008) i confini della situazione nella comunità virtuale sono alterati dal fatto che i nuovi media influenzano i livelli di presenza e di presenza sociale. Infatti, la presenza, che permette al soggetto di situarsi in uno spazio fisico e sociale definendo i propri confini, diminuisce chiaramente nella comunicazione mediata. L'autore aggiunge che bisogna considerare che la presenza permetta anche l'evoluzione del sé attraverso l'identificazione di esperienze ottimali e l'incorporazione degli artefatti ad esse associati, è un meccanismo selettivo e adattivo che permette al sé di evolvere migliorando la propria capacità intenzionale attraverso la distinzione tra interno ed esterno all'interno del flusso sensoriale. La presenza sociale, invece, che consente al soggetto di identificare l'altro e di attribuirgli uno status ontologico come simile a sé diverso dagli altri oggetti percepiti, cresce grazie alle interfacce evolute dei new media, permettendo una maggiore evoluzione del sé attraverso l'identificazione di esperienze condivise e l'incorporazione di questi nuovi artefatti ad esse associati. Dalla prospettiva degli apocalittici, il cyberspazio può essere considerato incapace di trasmettere aspetti relazionali e sociali (vuoto sociale), mentre il punto di vista degli integrati vede il cyberspazio non certo costituito da un vuoto sociale giacché il sociale è dentro le persone e fa parte dell'identità (Mininni, 2008).

4.3. Opportunità ed ostacoli alla costruzione identitaria mediata

Nel trattare l'argomento dello sviluppo identitario ci si riferisce maggiormente a giovani e giovanissimi, anche se le ripercussioni sull'identità sociale, e quindi anche relativa al mondo adulto, è stata messa in luce da diversi autori (Arcuri 2008, Wallace 2000, Roversi 2001) come *gap generazionale* che viene a crearsi tra adulti e adolescenti. Appaiono allora cruciali alcuni interrogativi: "come stanno cambiando le reti sociali alle quali naturalmente appartengono i giovani e giovanissimi? In che misura la comunicazione on line è importante nella formazione e nell'espressione dell'identità sociale dei suoi utenti e nella costruzione di un'autoconsapevolezza?" (Arcuri, 2008).

La maggioranza dei ragazzi utilizza questi nuovi artefatti tecnologici con competenza tecnica ma senza un'indispensabile capacità critica, ed ecco che si viene ad evidenziare lo stretto legame tra i vantaggi e i pericoli del mondo virtuale sulle identità mediate.

Anche a proposito dello sviluppo dell'identità andrebbero conciliati i due punti di vista del determinismo tecnologico e del costruttivismo sociale, dal momento che mettono in luce l'uno i pericoli e l'altro i vantaggi dello sviluppo identitario mediato.

Nella comunità virtuale, possono essere abbattute le barriere che creano timidezza, insicurezza, introversione. Queste caratteristiche, assieme al fatto che le comunità virtuali fanno sentire le persone come parte di un gruppo, creano una grossa attrattiva nel mondo degli adolescenti, ma gli apocalittici mettono in guardia sul fatto che il cyberspazio diventa uno strumento rischioso se utilizzato come rimpiazzo della vita reale: la solitudine si amplifica così come le difficoltà nell'interagire con persone dal vivo.

E' da tener presente che la ricerca della propria identità è parte integrante dello sviluppo di ogni persona e che senza provare non si può sapere cosa è meglio per sé, ecco perché si parla di moratoria della propria identità. Ma il bisogno di sperimentare non si limita all'adolescenza, soprattutto nei paesi industrializzati dove le possibilità di carriera cambiano velocemente, si mettono in

discussione le proprie certezze per ridefinire gli obiettivi della propria esistenza, e la comunità virtuale può essere considerata come un vero e proprio “laboratorio di identità” (Wallace, 1999), dove vengono messi in campo esperimenti di identità tra i più disparati possibili. “ Il cyberspazio può essere abitato da identità multiple, da *sé possibili* distribuiti in diversi ordini di realtà dando voce alle diverse fonti di autoriconoscimento dell’io” (Mininni, 2008).

Gli ambienti virtuali autorizzano la possibilità di pensarsi frammentati, dispersi e insieme compositi, infatti, l’immagine di più finestre interattive aperte su un’interfaccia rende visibile la necessità di pensare il proprio sé come raccordo di varie possibilità, suggerendo una forma mobile di composizione di quelle diversità. Naturalmente anche la natura fluida dell’identità degli internauti non sfugge all’ambivalenza, le cui caratteristiche sono chiaramente esposte in modo separato dalle due prospettive del costruzionismo sociale e del determinismo tecnologico. Infatti, se da una parte questa fluidità segnala molteplicità ed apertura al possibile, dall’altra evoca inconsistenza e indecidibilità, con rischi di deriva nell’irresponsabilità. Il determinismo mette in luce il fatto che i media plasmino le identità personali perché fungono da amplificatori delle capacità umane di sperimentare il mondo. Il costruzionismo evidenzia le capacità costruttive di ogni soggetto relative ai significati da attribuire alla realtà, e le possibilità sperimentabili nel cyberspazio, con conseguente crescita dell’autostima e del senso di autoefficacia (Albert Bandura, 2000).

L’analisi del rapporto tra le persone e i new media rivela la reciproca compenetrazione esistente fra il sistema dei media e i processi di costruzione dell’identità personale e sociale. Come afferma Mininni “l’esperienza che ognuno fa di tale nesso in prima persona è esposta alle mille sfumature di un’attribuzione di senso che, lungo un continuum, va dalla sensazione di *troppo detto*, quando le persone sono completamente in balia dei significati di cui si nutrono, all’aspirazione verso il *non ancora detto*, quando le persone orientano il loro rapporto con i media verso una crescita di consapevolezza” (Mininni, 2008).

5. La cyberpsicologia e gli effetti dei nuovi media

Rispondere a una mail, mandare un SMS, mettere le proprie foto sul profilo di Facebook, leggere il quotidiano sullo schermo del tablet, ascoltare l'ultimo successo dell'estate sul lettore digitale, sono tutti esempi che mostrano come l'interazione con i nuovi media sia diventata oggi una parte centrale della nostra esperienza quotidiana, sia individuale che sociale. Ci si chiede, però, perché i nuovi media siano così indispensabili. L'uomo è un essere sociale, per questo motivo le relazioni sociali rappresentano un importante punto di riferimento per i comportamenti e le decisioni del soggetto. È attraverso l'interazione sociale che arriviamo a condividere una cultura, un linguaggio e un modo di esprimerci. È sempre attraverso le relazioni sociali che comprendiamo chi siamo e chi vogliamo essere. La psicologia considera la comunicazione come un "fatto relazionale irriducibile" (Jacques, 1986), una dimensione psicologica costitutiva del soggetto che è luogo di fondazione del nostro rapporto con gli altri. Come ricorda Anolli (2002), ogni soggetto non sceglie se essere comunicante o meno, ma può scegliere se e in che modo comunicare.

E' all'interno di questa scelta che si collocano i media. Più precisamente, possiamo definire "**medium**" *ogni strumento (artefatto) in grado di permettere ai soggetti di superare i vincoli della comunicazione faccia-a faccia, la situazione interattiva più naturale*: per comunicare faccia-a-faccia i soggetti interagenti devono essere contigui sia spazialmente sia temporalmente. In questo senso è possibile definire i media come dei dispositivi di mediazione, perché da una parte facilitano il processo di comunicazione superando i vincoli imposti dal faccia-a-faccia, dall'altra, ponendosi "in mezzo" tra i soggetti interagenti, sostituiscono l'esperienza diretta dell'altro con una percezione indiretta (mediata). I media, definiti vecchi media o media analogici, come la stampa, la radio, la televisione, sono dei mezzi di comunicazione di massa, ovvero quegli strumenti attraverso i quali è possibile trasferire informazioni verso una pluralità di destinatari indistinti. In questo caso parliamo, allora, di un tipo di comunicazione uno-a-molti e quindi unidirezionale (da un emittente a molteplici riceventi), anche se forme di interattività sociale sono sempre più frequenti; pensiamo ad esempio a comizi, spettacoli teatrali, conferenze, concerti, trasmissioni televisive, dove un dato

emittente invia un messaggio a molti riceventi. La trasmissione di tale messaggio è essenzialmente unidirezionale anche se la reazione, più o meno esplicita del pubblico, costituisce un feedback di ritorno. In questo caso ci troveremmo di fronte alla comunicazione vera e propria del tipo bi-direzionale, ovvero, il mittente ed il destinatario interagiscono tra loro.

Quando parliamo, invece, di *comunicazione mediata dai nuovi media*, facciamo riferimento ad una forma di comunicazione tra due o più persone ottenuta attraverso l'utilizzo di strumenti tecnologici che effettuano un'elaborazione digitale dell'informazione; in questo senso possiamo definire **“nuovi media”** l'insieme dei mezzi di comunicazione che utilizzano il linguaggio digitale nella codifica delle informazioni (Flew 2008). Parliamo di nuovi media e non di nuovo medium visto che abbiamo a che fare con strumenti differenti e che per di più non hanno una configurazione stabile ma tendono a evolvere e a fondersi fra loro. I media digitali, ovvero Internet, siti Web, videogiochi, social network, consentono una tipologia di comunicazione propria degli stessi nuovi media, ovvero, la comunicazione multi-a-molti (da molteplici emittenti a molteplici riceventi), oltre alle interazioni del tipo uno-a-uno e uno-a-molti. La comunicazione digitale permette infatti una simultaneità intercognitiva delle esperienze collettive.

La comprensione dello sviluppo e degli effetti dei nuovi media rappresenta una sfida centrale per la società contemporanea. A questo proposito, ci si chiede quale sia il ruolo della psicologia dei nuovi media. Rispetto alle scienze della comunicazione, la psicologia dei nuovi media, definita anche **“cyberpsicologia”¹**, ha il suo fuoco di analisi nei *processi di cambiamento attivati dai nuovi media* e ha come obiettivo centrale lo studio, la comprensione, la previsione e l'attivazione dei processi di cambiamento che hanno la loro principale origine nell'interazione con i nuovi media comunicativi. Questo obiettivo specifico le permette di

¹ *Cyber* deriva dalla parola “cibernetica”, ovvero la scienza che studia i principi di funzionamento e la realizzazione di macchine automatiche, generalmente elettroniche, in grado di simulare le funzioni degli organismi viventi; il termine *psicologia* rimanda invece alla scienza che studia i fenomeni della vita affettiva e mentale dell'uomo. La *cyberpsicologia*, pertanto, studia i fenomeni psicologici umani nel contesto dell'interazione uomo-macchina.

differenziarsi dalla *sociologia dei nuovi media*, che analizza gli aspetti sociali dei nuovi media (Bennato, 2011; Paccagnella, 2004; Van Dijk, 2002); dalla *pedagogia dei nuovi media*, che analizza l'interazione tra le nuove tecnologie e i processi educativi (Ardizzone e Rivoltella, 2008; Calvani, 2004, 2008); dall'*estetica dei nuovi media*, che analizza le forme espressive e artistiche rese possibili dall'uso dei nuovi media (Diodato e Somaini, 2011; Granata 2009; Tursi 2007); dalla *pragmatica dei nuovi media*, che si sofferma sulla relazione tra i media come sistemi di segni (messaggi, codici) e chi li usa (Rivoltella, 2003); dalla *filosofia dei nuovi media*, che cerca di collocare i nuovi media all'interno dell'interazione tra corpo e mente, tra percezione e simulazione (De Feo, 2009; Hansen, 2004); dalla *semiotica dei nuovi media*, che studia i nuovi media come testi e fornisce delle ipotesi sul sistema di regole (grammatica) che li governa (Cosenza, 2008; de Souza, 2005; Eugeni, 2010), ed infine, dalla *scienza del design*, che ha come obiettivo la progettazione di oggetti belli ed efficaci (Ceppi e D'Alessio, 2011; Norman, 2004; 2007).

6. La teoria dell'interazione situata

Per lungo tempo, lo studio dei nuovi media, non è stato un oggetto privilegiato della ricerca psicologica, eppure, senza la comprensione della specificità della comunicazione mediata e dei suoi legami con le modalità tradizionali di comunicazione, azione, cognizione e interazione, diventa difficile comprendere i cambiamenti che comportano e le opportunità che possono offrire. È evidente, ormai, che i mass media non sono solamente dei meri strumenti per facilitarci la comunicazione, sono diventati delle parti di noi, delle estensioni fisiche, che sostengono una delle funzioni più importanti dell'uomo, la comunicazione. A tal proposito interessante è questa nuova prospettiva teorica, la **teoria dell'inter-azione situata**, che pur privilegiando gli aspetti applicativi e pratici, colloca i nuovi media all'interno di un quadro teorico più ampio e legato alla totalità dell'esperienza umana.

La domanda da cui partire per la riflessione proposta è la seguente: siamo noi a cambiare i media o sono loro a cambiare noi?

All'interno di questo dibattito è possibile identificare due posizioni generali: il **determinismo tecnologico** e il **costruzionismo sociale**.

La prima scuola di pensiero, di Toronto, fa riferimento al pensiero di Herbert Marshall McLuhan e al suo gruppo di studiosi noti come “psicotecnologi” o “sociotecnologi”. Secondo questi autori, l'introduzione di un medium modifica i processi sensoriali e cognitivi coinvolti dal processo comunicativo portando allo sviluppo di un nuovo modo di pensare, di sentire e di interagire; in questo senso, i media sono causa diretta dello sviluppo storico e sociale. Una delle affermazioni più celebri di quest'autore è “il medium è il messaggio”. Anche se è possibile interpretare questa frase letteralmente, secondo cui non è importante studiare ciò che i vari medium veicolano, il contenuto del messaggio, quanto piuttosto il mezzo strumentale, cioè la struttura interna degli stessi medium, e come essi riorganizzano il nostro modo di comunicare, in realtà, la sua posizione è molto più articolata. Infatti, l'importanza data da McLuhan (1968) all'impatto dei media sull'esperienza sensoriale del fruitore è testimoniata proprio dal titolo della sua opera più famosa: *The Medium is the Massage* (il medium è il massaggio), spesso tradotta non correttamente in “il medium è il messaggio”. In questo caso vuole dire che i media hanno un vero e proprio contatto fisico, un massaggio, con il corpo dell'utilizzatore portandolo a “sentire” in maniera diversa. Il punto di partenza di questa visione è la sovrapposizione tra medium e tecnologia: i media sono una tecnologia, “un'estensione di noi stessi”, così come la ruota è un'estensione del piede, il libro un'estensione dell'occhio. In generale i media sono considerati da McLuhan come *estensioni dei nostri organi di senso* che influenzano in maniera decisiva la nostra esperienza sensoriale. Proprio perché l'importanza del medium non è relativa solo alla possibilità di estendere fisicamente un arto, ma anche a quella di alterare le caratteristiche dei diversi sensi, McLuhan introduce un'importante distinzione tra quelli che lui definisce i media “caldi” e “freddi”: i primi sono quelli che non necessitano da parte di chi li utilizza di un elevato livello di partecipazione, sfruttano un solo canale sensoriale e forniscono messaggi ad alta definizione, come la radio, la fotografia, la scrittura; i secondi richiedono all'utente maggiore partecipazione e coinvolgimento,

impegnano più canali sensoriali, ma forniscono messaggi a bassa definizione, come nel caso della televisione, che devono essere completati attivamente dall'utente. La conclusione a cui arriva McLuhan è la negazione del modello classico di comunicazione (Shannon e Weaver, 1949) che considera i media come strumenti neutri (canali) che veicolano un messaggio: *l'uso di un determinato medium condiziona necessariamente sia la forma sia il contenuto del messaggio e la natura del medium è anche un fattore di trasformazione della nostra mente e della società.*

Alla base dell'espressione "costruzionismo sociale" ci sono una serie di teorie che hanno come elemento comune la convinzione che lo sviluppo della conoscenza sia un fenomeno sociale (Geertz, 1973; Gergen, 1985). Sulla base di ciò, l'analisi più acuta sul ruolo dei media viene dalle riflessioni di Raymond Williams.

Se per McLuhan e i suoi allievi la principale caratteristica del medium è la sua *fisicità*, per i vincoli che impone a percezione e interazione, nella visione di Williams (1974), l'elemento critico che caratterizza un medium è la sua *utilità*, come e perché viene utilizzato. Secondo Williams, ogni medium nasce all'interno di un gruppo sociale caratterizzato da una serie di pratiche e di specifiche intenzioni, per questo non esistono media universali ma media "situati". La configurazione fisica di un dato medium non può spiegare completamente il modo in cui viene utilizzato e quindi i suoi effetti psicosociali, per questo motivo, pur essendo il medium una tecnologia, non tutte le tecnologie sono media. Uno degli esempi proposti da Williams è la fotografia. Non c'è dubbio che la fotografia sia una tecnologia, tuttavia, di per sé la fotografia non è un medium. Lo diventa solo se viene utilizzata per fornire informazioni o rappresentare un'idea. Secondo Lister e colleghi (2003), le posizioni di McLuhan e Williams si possono differenziare schematicamente secondo quattro elementi fondamentali:

- Per McLuhan la genesi di un medium ha un'origine psicobiologica: gli uomini reagiscono allo stress "intorpidendo" la parte del corpo sotto stress. Dopodiché cercano di produrre una "protesi", la tecnologia o il medium, che esternalizza la componente stressata del corpo. Williams, al contrario,

ritiene che il medium abbia un'origine psicosociale: nasce dalle risorse di una cultura al fine di raggiungere un obiettivo definito socialmente;

- McLuhan ritiene che il medium nasca sempre con uno scopo preciso, invece, Williams sottolinea come un medium inizialmente pensato per raggiungere un obiettivo possa poi essere utilizzato con finalità totalmente differenti;
- McLuhan e i suoi allievi ritengono che ogni medium produca un effetto specifico sull'utente indipendentemente dal contesto in cui si trova. Williams ritiene, invece, che gli effetti possono essere diversi secondo il contesto culturale in cui i media sono usati;
- La scuola di Toronto crede che l'introduzione di un medium abbia un effetto sul suo utente sempre e comunque, invece, Williams ritiene che l'effetto del medium sia legato all'accettazione da parte del gruppo in cui è inserito.

Queste due posizioni qui presentate, possono essere integrate grazie alla teoria dell'inter-azione situata, che sottolinea come i media, ponendosi "in mezzo" tra i soggetti interagenti sostituiscono l'esperienza diretta dell'altro con una percezione mediata.

7. Soggettività e corporeità

I media non sono oggetti neutri, ma influenzano l'attività comunicativa dei soggetti interagenti a tre livelli: 1) *fisico*, attraverso l'insieme delle caratteristiche naturali del medium; 2) *simbolico*, attraverso l'insieme dei significati richiesti per poter usare il medium ed esprimersi attraverso di esso; 3) *pragmatico*, attraverso l'insieme dei comportamenti con cui i soggetti utilizzano il medium. Per questo, l'introduzione dei nuovi media non implica una semplice "rivoluzione tecnologica", ma anche una riconfigurazione dell'esperienza comunicativa che mette in discussione perfino la *soggettività* e la *corporeità* degli utenti dei nuovi media. Infatti, i nuovi media: 1) modificano e sono modificati dalle pratiche dell'interazione sociale; 2) rimuovono dall'interazione il corpo e i significati che questo porta con sé dando autonomia ai contenuti trasmessi.

Per quanto riguarda il primo punto, ogni medium richiede ai soggetti interagenti di adattare la comunicazione alle caratteristiche del medium stesso; per esempio, se si vuole inviare un Sms non si possono superare i 160 caratteri, però, man mano che i soggetti si adattano alle caratteristiche del medium, questi inventano nuovi strumenti per superarne le limitazioni, per esempio, possono usare delle icone per indicare i propri stati emozionali o possono abbreviare le parole per inserirne il maggior numero possibile. Tali modificazioni non si limitano alle pratiche ma possono arrivare a modificare il medium stesso: la diffusione dell'uso degli Sms ha portato a creare dei cellulari con una tastiera completa in modo da facilitare il processo di scrittura. Dunque, è l'interazione progressiva con il medium a creare nuovi processi e significati, oltre a modificare quelli esistenti. Questi esempi dimostrano come le posizioni di McLuhan e Williams non sono antitetiche ma complementari, in quanto non fanno riferimento all'intero processo di interazione medium-utente ma a una singola fase al suo interno, per questo, tale rapporto non viene descritto nella sua totalità da nessuna delle due posizioni.

A proposito del secondo punto, nell'interazione faccia-a-faccia, l'espressione del volto, il movimento delle mani, così come ogni gesto riflette il soggetto e lo rende "visibile" all'altro intuitivamente. Per esempio, io capisco immediatamente che la mia amica vuole un caffè più dolce semplicemente vedendo la sua mano che si muove verso la zuccheriera. Con l'introduzione di un medium, la fisicità e l'immediatezza del corpo reale viene sostituita da un corpo virtuale, composto da una pluralità di immagini e narrazioni parziali e contestualizzate. Di conseguenza, il soggetto non può più usare il corpo dell'altro per comprenderne le emozioni e ciò lo priva di un importante punto di riferimento nel processo di apprendimento e comprensione delle emozioni proprie e altrui favorendo l'"analfabetismo emotivo". In secondo luogo, il soggetto diventa per i propri interlocutori, quello che comunica (il messaggio è il soggetto): i soggetti riceventi, in mancanza dell'oggettività del corpo, possono costruire l'identità dell'altro solo in maniera indiretta, interpretando i messaggi e le immagini che questo condivide. Infine, il messaggio comunicativo si separa dal soggetto e

acquisisce una propria autonomia e stabilità: se nel faccia-a-faccia il messaggio è evanescente ed è legato intimamente alla presenza dei soggetti interagenti, nel medium, al contrario, il messaggio tende a stabilizzarsi e ad avere vita propria.

8. Il cuore dei nuovi media: digitalizzazione e interfaccia

Lo strumento che ha permesso la nascita dei nuovi media è stato il computer. Ma il computer non è nato come medium. Gli ingegneri di IBM che nel 1944 completarono l'Harvard Mark, il primo calcolatore automatico, non avrebbero mai pensato che la tecnologia da loro realizzata avrebbe finito per cambiare il modo di comunicare, di lavorare e perfino di amare i loro nipoti. Eppure, nel corso di una settantina di anni, quello che nel 1944 era un computer di oltre quindici metri di lunghezza e cinque tonnellate di peso si è trasformato in un microprocessore del peso di qualche decina di grammi, presente nella maggior parte degli oggetti di uso quotidiano: dal personal computer alla televisione, dal lettore Mp3 al telefono cellulare. Gli anni che ci separano dall'Harvard Mark, il primo calcolatore automatico, hanno infatti modificato non solo la tecnologia ma anche l'esperienza del computer. Nato come uno strumento in grado di eseguire calcoli complessi e/o ripetitivi, il computer si è prima trasformato in una macchina da scrivere avanzata per poi diventare, grazie a internet, uno strumento di comunicazione.

Tuttavia, nonostante la potenza di calcolo elevatissima per l'epoca, l'Harvard Mark poteva manipolare solo numeri. A porre le basi per la trasformazione del computer da calcolatore a strumento di archiviazione e manipolazione dell'informazione è stato il processo di “**digitalizzazione**”.

Per comprendere meglio il concetto di digitalizzazione bisogna distinguere tra una rappresentazione “analogica” e una rappresentazione “digitale”.

Ogni rappresentazione analogica descrive un fenomeno con continuità. Un esempio di rappresentazione analogica è l'orologio automatico: il movimento continuo della lancetta dei secondi segna il trascorrere del tempo. La rappresentazione digitale rappresenta invece il fenomeno in maniera discontinua, discreta. Un esempio è l'orologio a cristalli liquidi: il display segna il passare del

tempo attraverso una successione di scatti. I computer sono in grado di elaborare solo informazioni di tipo discreto e lo fanno utilizzando un particolare codice numerico, definito <<binario>>, basato solo sui simboli 0 e 1 (bit=Binary digiT). Per questo motivo ogni informazione, per poter essere archiviata e/o elaborata deve essere digitalizzata, cioè resa discreta mediante un processo d'elaborazione.

L'elaborazione digitale dell'informazione presenta almeno quattro vantaggi:

- *Consente una più facile memorizzazione dell'informazione:* le informazioni espresse in formato digitale possono essere compresse in modo da occupare meno spazio;
- *L'informazione digitale può essere modificata più facilmente:* tradurre delle informazioni in numeri consente di poterle copiare e modificare, semplicemente utilizzando delle formule matematiche. Ciò permette un controllo pressoché totale sul processo e la possibilità di ritornare in qualsiasi momento alla situazione iniziale;
- *Consente una facile integrazione tra i diversi canali:* la digitalizzazione rende uguali informazioni provenienti da canali comunicativi differenti facilitandone l'integrazione (multimedialità);
- *La trasmissione dell'informazione digitale è meno sensibile alla presenza di disturbi:* l'informazione digitale non è più direttamente legata al segnale che la trasporta e il rumore che si sovrappone a quest'ultimo non altera la qualità del messaggio.

Come abbiamo visto, l'uso della digitalizzazione comporta un processo di comunicazione e di conversione delle informazioni tra utente e computer. Ciò significa che qualsiasi informazione elaborata da un computer è sempre una *rappresentazione numerica*, che tutte le informazioni possono essere *manipolate mediante algoritmi* (per esempio, utilizzando un algoritmo appropriato è possibile schiarire l'immagine fotografica presente sul nostro computer) e che l'accesso alle informazioni da parte dell'utente richiede sempre un processo di *conversione dal formato digitale a quello originale*. In pratica, non posso aprire la lettera che ho

appena salvato sul mio disco fisso se non ho un programma in grado di convertire in un testo il formato digitale in cui è stata salvata la lettera (Manovich, 2002).

In altre parole, l'interazione uomo-computer richiede necessariamente “**un’interfaccia**”, uno strumento in grado di far comunicare le intenzioni dell’utente con i contenuti e di consentire lo scambio di segnali in un senso o in entrambi i sensi (Paccagnella, 2000). Diverse sono le funzioni svolte dall’interfaccia:

- ✓ prima di tutto *rappresenta le funzioni del computer attraverso un modello*.
È infatti mediante l’interazione con l’interfaccia che l’utente si costruisce una rappresentazione del computer che gli consente di interagire con esso: l’interfaccia consente all’utente di capire come usare il computer;
- ✓ *rende visibili e manipolabili gli oggetti digitali contenuti al suo interno*.
Quando un’informazione è convertita in formato digitale, come avviene con una foto digitale o un file Mp3, non è possibile avere un’esperienza diretta dell’informazione al di fuori di quella che abbiamo attraverso un’interfaccia: non siamo in grado di ascoltare un file Mp3 senza un’interfaccia che ci permetta di identificare il file, di aprirlo e convertirlo in formato sonoro.
- ✓ infine, *facilita l’archiviazione e la ricerca mediante un’opera di filtro e di selezione*. Se pensiamo a un medium come il giornale, è facile notare che il supporto fisico su cui si trova, il foglio di carta, contiene al suo interno tutta l’informazione disponibile: io posso accedere solo all’informazione che è contenuta all’interno della pagina. Con il computer la situazione cambia perché la quantità di informazioni memorizzabile è vincolata solo dalle dimensioni della memoria del computer. Data la grande quantità di dati disponibili, compito dell’interfaccia è anche quello di organizzare e filtrare le informazioni presenti.

9. Il padre dei nuovi media: Internet

Grazie alla digitalizzazione e all’uso di un’interfaccia dedicata, i computer riescono ad archiviare e manipolare le informazioni. Ma per poterle scambiare

senza dover usare sistemi fisici di archiviazione - come schede perforate, dischi o chiavi Usb - occorre aspettare la nascita di Internet.

La parola “**Internet**” deriva dall’espressione inglese “*interconnected network*” che, tradotto, significa interconnessi. Il network è un concetto informatico che indica un insieme di computer connessi tra loro grazie a due elementi: un programma informatico (protocollo) che consente lo scambio di informazioni, ed un mezzo fisico, quale una linea telefonica, fibre ottiche o un sistema satellitare, che rende la trasmissione materialmente possibile. Lo stesso principio viene utilizzato per collegare networks con altri networks. Internet non è altro che una “Rete di reti”.

Pioniere della Rete delle reti fu il Dipartimento della Difesa degli Stati Uniti, il quale nel 1969 su iniziativa dell’Agenzia per i progetti di ricerca di difesa avanzata (Defence Advanced Research Projects Agency-DARPA), finanziò, come prova sperimentale, un sistema di connessione tra quattro computer dislocati presso l’Istituto di Ricerca di Standford (SRI), l’Università della California a Los Angeles (UCLA), l’Università di Santa Barbara (UCSB) e l’Università dello Utah a Salt Lake City, che potessero continuare a comunicare tra loro anche se una parte di essi fosse stata danneggiata da malfunzionamenti casuali o deliberati (attacchi nemici). Sulla base di vari esperimenti e correzioni si arrivò alla creazione della rete militare chiamata Arpanet (Advanced Research Projects Agency Network). Trattandosi di un’applicazione militare, nata per far fronte all’esigenza di arginare un possibile attacco nucleare, proprio nel periodo della guerra fredda tra USA e URSS, i suoi criteri basilari dovevano privilegiare la massima affidabilità e la sicurezza.

I fattori chiave per raggiungere questo risultato erano: il decentramento e l’indipendenza dei computer facenti parte della rete, nessun computer avrebbe dovuto rivestire un ruolo fondamentale nello smistamento dei dati, ciascuno di essi doveva essere in grado di instradare correttamente le informazioni in arrivo e, inoltre, i dati in transito dovevano contenere tutte le informazioni necessarie al loro corretto recapito. In altre parole, anche se uno o più segmenti della rete fossero stati distrutti improvvisamente, i dati avrebbero raggiunto ugualmente altri

computer e da lì trasmessi al destinatario. Arpanet divenne luogo d'incontro per scienziati e ricercatori degli Stati Uniti che, anche se fisicamente molto distanti tra loro, potevano condividere idee e progetti. Nel 1972 le postazioni della rete da 4 diventarono 37 e nel 1973 si realizzarono le prime connessioni internazionali con le Università dell'Europa.

Sulla scia di questo primo esperimento, prima negli Stati Uniti e poco tempo dopo in Europa, si crearono delle nuove reti che collegavano fra loro centri di calcolo, indipendenti ed isolate l'una dall'altra ed ognuna con un proprio protocollo di comunicazione incompatibile con quello delle altre. In breve tempo, per eliminare la confusione creatasi per la presenza di numerosi protocolli di comunicazione si rese indispensabile che le organizzazioni di standardizzazione internazionali rilasciassero un protocollo standard di comunicazione che fosse valido in tutto il mondo; per questo motivo nella metà degli anni Settanta la DARPA sviluppò il protocollo standard TCP/IP (Transfert Central Protocol/Internet Protocol) allo scopo di permettere la comunicazione tra diversi tipi di computer e di reti di tutte le Università e degli enti di ricerca.

Questo standard utilizza per la trasmissione dei dati un metodo simile a quello utilizzato dal sistema postale per il recapito della corrispondenza, infatti, a ogni computer della rete è attribuito un indirizzo numerico (IP) costituito da quattro byte, tale indirizzo è rappresentato in notazione decimale come una sequenza di quattro numeri da 0 a 225 separati da un punto; i dati trasmessi sono riuniti in *pacchetti* ciascuno dei quali contiene l'indirizzo numerico del computer del destinatario; esistono in rete degli apparati chiamati *router*, che smistano i pacchetti leggendo gli indirizzi e scegliendo il percorso più veloce; ed inoltre, quando un pacchetto arriva a destinazione, il computer ricevente manda un messaggio di conferma (ACK) al computer emittente, che smette di inviarlo.

Questo sistema si è rivelato così efficace che lo standard TCP/IP è diventato il cuore di Internet e rimane tuttora alla base delle comunicazioni via Internet. Dopo circa vent'anni, in cui gli scienziati si dedicarono a questo progetto di carattere prettamente militare, dove l'unico scopo era quello di garantire comunicazioni stabili ed efficienti tra le varie sedi delle forze armate statunitensi,

la situazione cambiò bruscamente. La limitazione di Internet agli usi militari e istituzionali fu tolta e migliaia di utenti, a partire dagli anni 90' furono collegati a Internet: in principio divenne uno strumento prettamente universitario, poi di divulgazione di notizie e di vendita di prodotti e servizi. Nacque, poi, la posta elettronica, che dava la possibilità di scambiarsi lettere in tempi brevissimi, anche se, il reale fenomeno di massa di Internet, come vedremo nel paragrafo successivo, inizia negli anni Novanta grazie all'introduzione del Www (world wide web).

Oltre al protocollo TCP/IP la comunicazione su Internet è basata su una particolare modalità d'interazione, chiamata "architettura client-server". Con tale formula si indica in generale un software costituito da due moduli interagenti ma distinti, che collaborano tra loro per eseguire un dato compito richiesto dall'utente. Con il termine "client", si indica il programma che costituisce l'interfaccia con l'utente e che si occupa di richiedere e presentare i dati. Esempi di client sono il programma di posta elettronica Outlook o il programma di navigazione di internet Explorer. Il "server" si occupa, invece, del mantenimento, del reperimento e dell'invio dei dati al client che li ha richiesti.

Client e server sono installati su macchine diverse: il primo si trova sul computer locale utilizzato dall'utente finale, che ha quindi bisogno di sapere solo come funziona il suo programma client; il secondo, invece, si trova su un sistema remoto (per esempio il computer del fornitore del servizio internet) e l'utente non ha alcun bisogno di conoscerne il funzionamento.

10. Il computer come medium: metatecnologia

La componente che differenzia in particolar modo l'interfaccia dei nuovi media da quella di un medium tradizionale (televisione, radio, telefono, ecc...), è la relativa separazione della dimensione fisica del medium stesso, l'**hardware**, dalle caratteristiche dell'interfaccia, il **software**, separazione resa possibile dalla digitalizzazione che ha avuto un ruolo chiave nel permettere l'evoluzione del computer come medium.

Prima dell'avvento del computer ogni medium era caratterizzato da una propria tecnologia (Menduini, 2007). In pratica, nei media tradizionali le caratteristiche del mezzo che consentono il collegamento e la fruizione dei contenuti (interfaccia) sono stabili e tendono a non variare tra loro: l'interfaccia si fonde con la componente fisica, la cornetta del telefono, per esempio, fa parte della struttura fisica del medium che la contiene. Questo non è più vero nel caso del computer perché in quest'ultimo l'interfaccia si separa dalla struttura fisica del medium acquisendo vita propria. In pratica, la separazione tra interfaccia/software e computer/hardware consente di far evolvere l'esperienza comunicativa semplicemente migliorando le caratteristiche del software. Prima, modificare le caratteristiche del medium implicava necessariamente intervenire sulle sue caratteristiche fisiche, con i nuovi media, invece, non è più necessario; per questo, nonostante la struttura tecnologica di base sia rimasta sempre la stessa, è possibile identificare diverse fasi nello sviluppo del computer come medium, ciascuna caratterizzata da una particolare “**metatecnologia**”.

Per metatecnologie (Wright, 2000) si intendono nuove pratiche (modalità d'uso) riguardanti l'impiego di una tecnologia in grado di imporsi a livello sociale modificando le pratiche esistenti. Tre sono i fattori che caratterizzano una metatecnologia:

1. un evento di rottura che permette di utilizzare una tecnologia in modo diverso come una nuova pratica;
2. la possibilità di utilizzare questa nuova pratica per risolvere un problema o raggiungere un bisogno;
3. ed infine, la partecipazione alla nuova pratica all'interno di un contesto sociale.

Nel caso dell'uso del computer come medium è possibile identificare tre diverse metatecnologie, ciascuna associata a una specifica interfaccia: *comunicazione testuale* (interfaccia testuale), *comunicazione multimediale* (interfaccia web), *espressione multimediale* (interfaccia web 2.0).

10.1.I media elettronici testuali

La prima fase dell'evoluzione del computer come medium è caratterizzata dallo sviluppo di interfacce basate sul testo, i **media elettronici testuali**, in grado di permettere una comunicazione a basso costo tra più utenti. Ciò che caratterizza questa fase è la progressiva trasformazione degli strumenti da asincroni (e-mail e newsgroup) a sincroni (chat e MUD) e la nascita delle prime comunità virtuali. L'anno di nascita dell'*e-mail* è il 1971, anno in cui Ray Tomlinson, un ricercatore della società americana Bolt, Beranek & Newman, invia attraverso ARPAnet il primo messaggio di posta elettronica della storia. Con il servizio di posta elettronica è possibile scambiarsi, in tempi estremamente ridotti, sia messaggi che ogni tipo di file. La condizione sine qua non affinché vi sia la possibilità di instaurare un rapporto di posta elettronica è che mittente e destinatario siano su Internet, possiedano cioè un proprio indirizzo (e-mail address). L'indirizzo viene normalmente fornito dal provider e corrisponde ad una sorta di casella postale ospitata da un computer che fa da server di posta elettronica (mail server). Questo permette quindi di non stare collegati ventiquattro ore su ventiquattro per poter ricevere messaggi e-mail, visto che il server si occuperà di conservare i messaggi per l'utente e di recapitarli al momento che l'utenza li richieda. Le opportunità offerte dall'interfaccia testuale dell'e-mail sono varie: in primo luogo consente di comunicare in modo poco costoso, poi consente di comunicare con il soggetto ricevente indipendentemente dalla sua locazione fisica, ed infine, permette di comunicare velocemente. Però, l'e-mail presenta anche dei limiti, perché non garantisce il ricevimento del messaggio, il controllo sulla tipologia dei messaggi è molto limitato, e poi la qualità comunicativa è poco elevata. In quest'ultimo caso molti autori hanno parlato di rarefazione del processo interattivo (Galimberti e Riva, 1997) per segnalare la difficoltà dell'e-mail nella trasmissione degli elementi metacomunicativi (stati affettivi, ironia, forza illocutoria) tipici della comunicazione non verbale. Il *newsgroup*, invece, è una bacheca elettronica che contiene una serie di messaggi, chiamati "articoli", inviati da diversi utenti in relazione a uno specifico argomento. Aprendo il newsgroup, un soggetto, oltre a poter leggere i messaggi in esso contenuti, può inviare alla bacheca elettronica un proprio messaggio. Rispetto all'e-mail le opportunità offerte dai newsgroup sono

due: in primo luogo consentono di ottenere rapidamente informazioni specifiche su un dato argomento, in secondo luogo sono particolarmente importanti in quanto possono essere considerati i “nonni” degli attuali social network. Sono infatti il primo “luogo elettronico” in cui è possibile incontrare persone non conosciute e interagire con esse su tematiche non necessariamente definite. Trattandosi di comunicazione multidirezionale e non bidirezionale, possono essere considerati la prima forma di *comunità virtuale* (Roversi, 2001), perché il newsgroup offre una possibilità d’interazione nuova, in quanto primo esempio di cyberspazio, definito come uno spazio elettronico in grado di consentire la creazione di relazioni e la condivisione di impegni sociali reciproci. La *chat* nasce nel 1988 con il nome di Irc (Internet Relay Chat) grazie alla tecnica del programmatore finlandese Jarkko Oikarinen; è uno strumento che offre tre nuove opportunità rispetto agli strumenti precedenti:

- ✓ la *sincronia*, perché dà la possibilità di poter comunicare in tempo reale con più persone;
- ✓ l’*anonimato*, in quanto consente di poter comunicare senza dover palesare la propria identità, anche se, per poter “chattare”, cioè comunicare con gli altri utenti di un canale, è indispensabile scegliere un nickname con il quale presentarsi agli altri utenti del gruppo. Questo espediente permette sia di mantenere l’anonimato, sia di presentarsi anche con più identità diverse a ogni collegamento successivo.
- ✓ ed infine, la chat introduce due diverse modalità d’interazione tra gli utenti presenti nel gruppo: si può sia inviare un messaggio alla totalità del gruppo oppure a un utente specifico (*esclusività*).

La struttura tecnica di IRC è abbastanza semplice: in primo luogo bisogna utilizzare uno dei numerosi client dedicati e collegarsi a un server, una volta collegati, si può entrare in una delle aree di conversazione già aperte, i cosiddetti “canali” dedicati a un tema specifico, oppure aprire un nuovo canale. Se nell’e-mail e nel newsgroup ogni messaggio è collegato a una casella univoca, questo non vale per la chat, per questo motivo in chat è possibile mentire spudoratamente. Un altro limite è l’ulteriore rarefazione dello scambio

comunicativo che trasforma il testo in un flusso continuo e molto rapido di parole. Un *Mud* (Multi User Dimension) è una variante della chat e rappresenta una forma di media testuale sincrono, costituito da un ambiente condiviso formato da “stanze” che presentano entrate, uscite e diversi oggetti virtuali (Ligorio, 2002; Mininni e Ligorio, 1997). All’interno d’ogni stanza gli utenti connessi si vedono reciprocamente grazie a un sistema di segnalazione inserito nel database. I partecipanti di un Mud possono non solo parlare tra loro, come avviene in una chat, ma anche visitare gli ambienti in cui si trovano e interagire con gli oggetti. L’interazione fra gli utenti è più complessa rispetto alla chat, perché oltre a inviarsi messaggi testuali, i partecipanti possono usare una serie di comandi che consentono di descrivere i loro stati emozionali. La principale opportunità offerta da un Mud è quella di poter sperimentare una nuova identità sociale all’interno di un contesto regolato; se la chat offre la possibilità di scegliersi una nuova identità, ma senza offrire all’utente alcun meccanismo che la supporti, in un Mud si può scegliere di essere un cavaliere senza che nessuno metta in discussione ciò.

10.2.La multimedialità: l’emergere del Web

Come abbiamo visto, la comunicazione resa possibile mediante i media elettronici testuali è molto rarefatta perché non ha la ricchezza e l’impatto della comunicazione faccia a faccia. Per questo, la trasformazione del computer in un medium comunicativo di massa nasce solo con il **World Wide Web** (Www o Web o W3), l’interfaccia grafica basata sul concetto di ipertesto, che permette di esplorare in maniera ipermediale i contenuti dei server che formano la Rete.

Il Www nasce nel 1990 dalle idee sperimentali di Tim Berners-Lee, un ricercatore del CERN (Organizzazione Europea per la Ricerca Nucleare) di Ginevra, che volendo fornire uno strumento innovativo nell’esplorazione della Rete, inventò questo nuovo protocollo basandosi su quanto di meglio potevano offrire i computer dell’epoca. Questo strumento permette di presentare le informazioni a più livelli, interessando gli utenti non solo con le parole ma anche unendo a tali parole suoni e immagini, infatti la **multimedialità** è proprio una delle chiavi di forza del Www. Per realizzare questo obiettivo, il team di Berners-

Lee elaborò un linguaggio specifico, HTML (l'Hyper Text Mark-Up Language), in grado di presentare gli oggetti presenti su un server all'interno di una pagina bidimensionale. A completare poi il passaggio al web è stato lo sviluppo del *browser* (navigatore), ovvero un programma che consente di interpretare il codice HTML rendendo possibile la visualizzazione e l'interazione con gli oggetti- testi, immagini, suoni e video- presenti nelle pagine web.

Il termine *portale*, traslitterazione italiana di *portal site*, indica un insieme di siti che hanno come obiettivo quello di essere un punto privilegiato di accesso al Web (Calvo *et al.*, 2001). I portali nascono di solito intorno a un nucleo centrale di servizi: di notizie e informazione, come per esempio il "Sole 24 ore", di una casella di posta elettronica, come Hotmail, o di strumenti di ricerca, come Virgilio e Yahoo! Man mano che il portale cresce, tende ad offrire ai propri utenti nuove opportunità che si aggiungono a quelle iniziali facilitando la ricerca di informazioni e di servizi in rete.

I primi *siti di ricerca* per il Web, Galaxy e Yahoo!, sono nati nel 1994. Yahoo! è stato creato da due studenti di Stanford, Jerry Yang e David Filo, e come Galaxy, è un elenco strutturato di siti, organizzato mediante parole chiave. In pratica è una sorta di "pagine gialle" digitali. Il vantaggio di Yahoo! è che la sua struttura di classificazione dei siti è basata sulla valutazione umana, quindi è solitamente molto precisa, però questo è anche il suo principale svantaggio: con l'aumento vertiginoso del numero dei siti è diventato impossibile per lo staff di Yahoo! riuscire a visitarli tutti. Dopodiché sono nati i motori di ricerca che categorizzano i contenuti del Web in maniera automatica, però molti di essi hanno cominciato ad avere difficoltà nel fornire informazioni che fossero rilevanti per l'utente, perché inizialmente gli algoritmi sviluppati dai motori di ricerca si basavano sulle parole chiave indicate dagli utenti e sul numero di volte in cui un certo termine compariva all'interno di un sito. Successivamente è stato Google a cambiare lo scenario dei motori di ricerca, il quale utilizza indici di tipo esperienziale come criterio su cui basare i propri algoritmi (Roush, 2004) e cioè, la permanenza dei visitatori su un sito, perché quanto più è lunga, più il materiale in esso contenuto sarà rilevante, e la popolarità di un sito, poiché quanto maggiore

è la quantità e la qualità dei collegamenti provenienti da siti esterni, tanto più il materiale in esso contenuto sarà importante.

La *webmail* è una applicazione basata sull'interfaccia del Web che consente di gestire una casella di posta elettronica direttamente da un browser. Come sappiamo, per poter utilizzare la posta elettronica occorre l'installazione sul proprio computer di un client specifico come Outlook o Thunderbird, ma l'esigenza continuativa di poter consultare la propria posta anche da differenti computer, ha permesso la realizzazione di servizi di webmail grazie ai quali si possono leggere e inviare messaggi attraverso una pagina di Internet. Praticamente, anche se sul computer che sto utilizzando non è installato Outlook, l'utilizzo della webmail consente comunque l'accesso alla mia casella di posta.

L'*instant messaging* (messaggistica istantanea) è il risultato dell'integrazione tra le chat e la posta elettronica; permette la conversazione sincrona, testuale ed eventualmente anche vocale tra più utenti contemporaneamente collegati a Internet e inclusi in una lista di persone predefinite; inoltre, ci consente anche di sapere in tempo reale chi, tra le persone per noi rilevanti, è presente online. Può essere definita la “madre” dei social network perché per la prima volta consente una rete sociale a cui limitare l'attività comunicativa. Si differenzia dall'e-mail perché permette di scegliere i mittenti dei messaggi e, inoltre, a differenza della chat, garantisce l'identità dell'interlocutore perché è l'utente che inserisce nella lista le persone con cui iniziare immediatamente una conversazione.

10.3. Il Web 2.0: un nuovo territorio espressivo-relazionale

Solo nel 2004 viene introdotto questo termine “**Web 2.0**” da parte di O'Reilly Media, un grande editore americano, come titolo per una serie di conferenze aventi per oggetto una nuova generazione di servizi Internet che enfatizzano la collaborazione online e la condivisione tra utenti. Infatti, grazie a tali servizi, gli utenti di Internet hanno una nuova opportunità: la possibilità di creare, condividere e commentare con facilità contenuti multimediali. Anche gli utenti non esperti possono creare testi, immagini e video, renderli visibili e

commentarli insieme agli altri. Alcuni elementi di tipo psicosociale caratterizzano le applicazioni Web 2.0 (Riva, Pettiti, Uggè, 2007) come, per esempio, la *facilità d'uso*: tutte le applicazioni condividendo la stessa interfaccia grafica del Web consentono di essere utilizzate senza la necessità di leggere un manuale. Altri elementi sono: la *dimensione espressiva*, grazie alla quale l'utente può esprimersi e generare nuovi contenuti; quella *comunicativa*, secondo cui ogni nuovo contenuto è accessibile immediatamente all'intera comunità di Internet, e infine, quella *comunitaria*, attraverso cui la versione finale dei contenuti è il risultato dell'interazione tra una comunità di utenti che ha un ruolo attivo nel processo di creazione e di commento/condivisione.

I *blog*, lo strumento del Web 2.0 che ha maggiormente permesso ai suoi utenti la creazione di contenuti, possono essere considerati i "padri" dei social network. Un blog è una pagina web gestita autonomamente, che consente di pubblicare in tempo reale notizie, informazioni o storie di ogni genere mescolando testo, grafica e collegamenti ad altre pagine web (Di Rocco, 2003; Kline e Burstein 2006). Sono simili ai newsgroup perché ogni informazione pubblicata può essere commentata, dando il via a discussioni sugli argomenti trattati, invece, ciò che li differenzia, oltre all'uso dell'interfaccia web, è anche la modalità di visualizzazione dei commenti. Secondo l'Online Journalism Review, già a metà del 2010 esistevano più di settanta milioni di blog attivi nel mondo, di cui circa quattrocentomila in Italia. Inoltre, anche se esistono versioni professionali a pagamento, la maggior parte di essi è totalmente gratuita. L'idea di base dietro l'utilizzo dei blog consiste nel condividere con gli altri quello che si pensa e ci si fa dire da loro quello che pensano. L'asincronia dei blog consente una comunicazione bidirezionale priva della velocità della chat, facilitando la riflessione e la discussione su tematiche complesse. Oggi i blog sono utilizzati principalmente in due ambiti: come *diario personale*, per mettere online storie personali o per descrivere le proprie emozioni (Marzi e Ulisse, 2003) i cui contenuti possono essere commentati dai vari lettori, o nel *settore giornalistico* (Pratellesi, 2008), per offrire in tempo reale notizie e commenti in relazione ad un ambito specialistico. L'ultima tendenza tecnologica nel mondo dei blog consiste

nell'integrazione di questo medium con i social network e le chat in modo da potenziare le possibilità di creazione di comunità virtuali (Granieri, 2009).

Un *wiki* o *wiki wiki* (nel linguaggio delle isole Hawaii il termine significa “veloce”) è un sito o un blog i cui contenuti sono sviluppati in collaborazione da tutti coloro che ne hanno accesso, come in un forum, e sono modificati dai suoi stessi utilizzatori. Uno degli esempi più interessanti dell'uso dei wiki è Wikipedia², un'enciclopedia gratuita costruita con il contributo volontario di migliaia di collaboratori di tutto il mondo (Rafaeli e Ariel, 2008). Un altro tipo significativo di wiki sono le guide fai-da-te come wikiHow³ o Saperlo.it⁴, dove gli utenti possono creare e pubblicare guide audiovisive relative a diversi argomenti, come installare un programma su computer o preparare una torta illustrandola passo per passo.

Sicuramente i blog sono stati il primo strumento che ha consentito agli utenti di diventare non solo fruitori ma anche produttori di informazioni, ma nonostante ciò ha comunque dei limiti che riguardano il tipo di contenuto che viene condiviso, perché si tratta prevalentemente di testi talvolta mescolati con immagini. Per ovviare a questo problema sono nati diversi servizi in grado di condividere contenuti multimediali, come foto (photo sharing) e video (video sharing). Il servizio più famoso per quanto riguarda la condivisione di immagini è Flickr⁵, lanciato nel 2004 dalla società canadese Ludicorp. Flickr man mano si è trasformato in una comunità virtuale grazie ai forum e, inoltre, è stato utilizzato anche come diario fotografico online: è possibile impiegarlo per raccogliere e documentare i principali eventi della propria vita e rimanere aggiornati su quella dei propri conoscenti e amici. Invece, il servizio più rinomato per la condivisione di video è Youtube⁶, diffuso a partire dal 2005 e acquisito da Google nel 2006. Youtube è nato per raccogliere video autoprodotti ripresi con le telecamere tradizionali o webcam, anche se in realtà, buona parte di questi video sono

² www.wikipedia.org.

³ www.wikihow.com.

⁴ www.saperlo.it.

⁵ www.flickr.it.

⁶ www.youtube.it.

spezzoni o remix di registrazioni di programmi commerciali. Ovviamente il successo di Youtube sta proprio nella facilità con cui è possibile mettere online e distribuire video.

11. Social network, identità e relazioni

Lo strumento che ha avuto il maggior impatto sulle nostre relazioni è il **social network** (Riva, 2010). Possiamo definire un social network come una piattaforma basata sul Web 2.0 che consente all'utente di poter gestire sia la propria *rete sociale* (organizzazione, estensione, esplorazione e confronto), sia la propria *identità sociale* (descrizione e definizione). Le ricercatrici americane Danah Boyd e Nicole Ellison ritengono che tre sono gli elementi che contraddistinguono un social network (Boyd e Ellison, 2007):

- 1) la presenza di uno “spazio virtuale” (forum) in cui l'utente può costruire ed esibire un proprio profilo, il quale deve essere accessibile, almeno in forma parziale, a tutti gli utenti dello spazio;
- 2) la possibilità di creare una lista di altri utenti (rete) con cui è possibile entrare in contatto e comunicare;
- 3) la possibilità di analizzare le caratteristiche della propria rete, in particolare le connessioni degli altri utenti.

Considerando queste caratteristiche, è evidente come ciò fosse possibile già prima della nascita dei social network, per esempio, entrando in un forum o in un blog in cui era possibile presentarsi e raccontarsi. Ma, in particolar modo, ciò che differenzia i social network dai nuovi media disponibili in precedenza, è la *capacità di rendere visibili e utilizzabili le proprie reti sociali*, infatti, attraverso di essi, è possibile identificare opportunità personali, relazionali e professionali altrimenti non evidenti (Riva, 2010).

Se da una parte è possibile usare i social network per cercare od offrire *supporto sociale*, perché ci sono molti utenti, per esempio, che cercano nella propria rete un supporto di tipo professionale, come un nuovo lavoro, ma che sono anche disposti ad offrirlo, dall'altra è possibile utilizzarli per *costruire il proprio Sé*, per raccontarsi e quindi definire la propria identità sociale o al contrario per

leggere i racconti degli altri in modo da confrontarsi con essi. Più specificamente, i social network possono aiutare i propri utenti a soddisfare i seguenti bisogni:

- *bisogni di sicurezza*: nel social network le persone con cui comunico sono solo “amici” e non estranei, posso scegliere chi è “amico”, controllare che cosa racconta di sé e commentarlo;
- *bisogni associativi*: con i miei “amici” posso comunicare e scambiare opinioni, risorse e applicazioni, se voglio posso perfino cercare l’anima gemella;
- *bisogni di autostima*: io posso scegliere i miei “amici” ma anche gli altri possono farlo, pertanto se gli altri mi hanno scelto come “amico” allora “valgo”;
- *bisogni di autorealizzazione*: posso raccontare me stesso, come voglio e posso usare le mie competenze anche per aiutare qualcuno dei miei “amici” che mi ascolta.

Come sottolinea la ricercatrice americana Valerie Barker (2009), i social network sono usati in modo differente dai soggetti di sesso maschile, prevalentemente per soddisfare bisogni di autostima e autorealizzazione, e da quelli di sesso femminile, soprattutto per soddisfare bisogni associativi. Ma l’attrazione verso i social network non si spiega solo con la loro capacità di offrire numerose opportunità ai propri utenti, perché diverse ricerche che sono state condotte dagli psicologi della IULM e della Cattolica di Milano (Cipresso *et al.*, 2010; Mauri *et al.*, 2010) hanno mostrato la capacità dei social network di produrre delle “esperienze ottimali”, definite di “flusso” (flow), in grado di fornire una ricompensa intrinseca ai propri utenti. Dunque, le ragioni primarie che spingono le persone ad utilizzare i social network sono: la probabilità di trovare in essi delle opportunità rilevanti e la possibilità di sperimentare grazie ad essi delle esperienze ottimali. In questo modo, i social network permettono per la prima volta la creazione di reti sociali ibride, l’*interrealtà* (Riva, 2009; Riva *et al.*, 2010; van Kokswijk, 2003), contemporaneamente costituite da legami virtuali e da legami reali sperimentati dal soggetto nella sua vita quotidiana, offrendo a tutti noi uno strumento potentissimo per creare e/o modificare la nostra esperienza

sociale e l'identità sociale in maniera totalmente nuova rispetto al passato. Con le precedenti comunità virtuali, le diverse dimensioni solo raramente entravano in contatto, per esplicita volontà degli utenti; oggi con i social network questo avviene sempre, anche se i soggetti coinvolti non lo vogliono. Un esempio a questo proposito è il fenomeno del *tagging* (etichettare), con cui è possibile associare un "amico", senza che lui lo voglia, ad un'immagine in cui lui è presente o ad una nota di testo (Riva, 2010).

La comunicazione nei social network è "disincarnata", nel senso che rimuove dall'interazione il corpo e i significati che questo porta con sé. Di conseguenza, il soggetto diventa per gli altri utenti quello che comunica.

A questo proposito Pravettoni (2002) scrive:

"Essere digitali significa essere ciò che le nostre dita fanno trapelare di noi attraverso lo schermo. Abbiamo depositato il corpo, momentaneamente, dietro la tastiera. Ci siamo estesi al di là di noi tramite il cursore" (Pravettoni, 2002, 46)

Queste parole rimandano ad un'importante opportunità che viene offerta all'utente dei social network, ovvero la creazione di Sé possibili, una possibilità che se utilizzata correttamente, può attivare un processo di *self empowerment*, definito da Brusaglioni (1994) come quel processo di ampliamento delle possibilità che il soggetto può praticare e rendere operative e tra le quali può quindi scegliere.

Uno dei principali problemi nella vita reale è che non si può cambiare radicalmente, oppure il cambiamento richiede tempo e sforzi prolungati: per esempio, la timidezza non può essere superata radicalmente, ma richiede tempo e diversi tentativi. Nei social network, invece, se non si dichiara esplicitamente la propria identità, per esempio usando uno pseudonimo, è possibile sperimentare nuovi modi di essere, visto che nella maggior parte dei casi anche se si fallisce non si va incontro a niente di grave.

Quando analizziamo un social network, pensiamo in primis agli aspetti positivi e quindi alle opportunità che può offrirci in diversi campi, ma è anche vero il contrario, perché la natura ibrida dei social network presenta infatti due

facce, una positiva e una negativa; una permette di creare nuove opportunità e l'altra è in grado di creare nuovi problemi. Dietro al lato oscuro dei social network si nascondono una serie di comportamenti disfunzionali non sempre immediatamente visibili, come per esempio:

- *Il cambiamento di identità*: è vero che la maggior parte degli utenti può essere identificata per nome e cognome, ma nessuno ci può dare delle garanzie reali sull'identità dei soggetti interagenti, proprio per questo è frequente trovare soggetti che assumono identità fittizie caratterizzate da un genere sessuale differente (*gender swapping*) rispetto a quello reale o impersonano personaggi famosi (*fake*);
- *I comportamenti aggressivi*: i più comuni sono i *trolling*, l'uso provocatorio o irritante dei social network, con l'obiettivo di suscitare l'indignazione e attirare l'attenzione su di sé o sui temi presentati (Chiusi, 2010) e lo *stalking*, che consiste nel perseguitare un soggetto, spesso per motivi futili, attraverso i social network;
- *La violazione e la manipolazione dell'informazione*: facciamo riferimento all'*hacking*, ovvero il tentativo di penetrare nei profili altrui; la creazione di *virus*, cioè applicazioni che cercano di inserirsi in altre applicazioni per modificarne i dati presenti e poi la creazione di *spyware*, applicazioni che raccolgono informazioni riguardanti le attività di un utente senza il suo consenso. Per *phishing* si intende, invece, l'accesso a dati riservati utilizzando comunicazioni fasulle di tipo istituzionale, ed infine abbiamo il *lurking*, che consiste nel visitare i profili altrui senza che l'utente ne sia consapevole risultando spesso sconosciuto all'interno della comunità;
- *L'abuso e la distribuzione dell'informazione*: consideriamo, in questo caso, l'invio di messaggi non desiderati spesso di tipo commerciale, ossia lo *spamming*.

Secondo Joinson e altri autori (2007) è la possibilità di nascondere la propria vera identità che porta ad una riduzione del controllo sociale e quindi a comportamenti disinibiti. Spesso però, dietro al comportamento di un troll o dietro lo stalking si cela la frustrazione per un bisogno insoddisfatto; a questo proposito

Pravettoni (2002) dice che alla base dei comportamenti aggressivi possono esserci due moventi: un bisogno frustrato (*non esserci*), per esempio il desiderio di entrare a far parte di una specifica comunità e il desiderio di essere visibile (*voler esserci*), cioè di essere considerato dagli altri soggetti presenti.

Inoltre, ciò che renderebbe le relazioni sociali più precarie e leggère all'interno dei social network, dipenderebbe dal cosiddetto "analfabetismo emotivo", possibile effetto dell'uso massiccio dei nuovi media. Come abbiamo già detto, nell'interazione mediata la fisicità del corpo viene sostituita da quella del medium, ciò priva il soggetto di un importante punto di riferimento nel processo di apprendimento delle emozioni proprie e altrui, favorendo l'analfabetismo emotivo.

Goleman (1995) nel suo libro "*Intelligenza emotiva*", ricorda come la base dell'alfabetizzazione emotiva sia l'empatia, ossia la capacità di riconoscere le emozioni e i sentimenti negli altri. Entrando idealmente nei panni degli altri e riuscendo a collegare comportamenti e stati emotivi il soggetto impara a riconoscere e dare un senso alle proprie emozioni. Invece, con l'espressione "analfabetismo emotivo", Goleman intende:

- ✓ la mancanza di consapevolezza e quindi di controllo delle proprie emozioni e dei comportamenti ad esse associati;
- ✓ la mancanza di consapevolezza delle ragioni per le quali si prova una certa emozione;
- ✓ l'incapacità a relazionarsi con le emozioni altrui, non riconosciute e comprese, e con i comportamenti che da esse scaturiscono.

È interessante come Goleman attribuisca proprio all'analfabetismo emotivo alcuni dei problemi che caratterizzano le giovani generazioni: il bullismo, la tossicodipendenza e l'alcolismo. Allo stesso tempo diversi autori, tra cui il filosofo Umberto Galimberti (2007) e la psicologa Maria Rita Parsi (Parsi, Cantelmi e Orlando, 2009), sottolineano come a caratterizzare la generazione dei "nativi digitali" sia proprio un alto livello di analfabetismo emotivo, legato alla maggiore quantità di relazioni mediate rispetto a quelle dirette che caratterizzano i comportamenti sociali di questa generazione. Lasciare il proprio ragazzo

semplicemente cambiando il proprio status su Facebook da “fidanzata” a “single” è molto diverso dal dirgli “ti voglio lasciare” guardandolo negli occhi; in questo caso, osservare la risposta emotiva dell’ex ci costringe a condividere la sua sofferenza spingendoci a moderare le parole e i gesti, nel primo caso, invece, l’altro e le sue emozioni non sono immediatamente visibili e non hanno quindi un impatto diretto sulle nostre decisioni. Ed è proprio l’incapacità di riconoscere le emozioni dell’altro che impedisce anche di comprendere le proprie, portando al disinteresse emotivo, o nel peggiore dei casi, alla psicopatia.

11.1.Myspace, Facebook, Twitter, LinkedIn, Ask.fm: social network a confronto

Come abbiamo potuto vedere, la maggior parte delle funzioni dei social network erano già disponibili separatamente nei diversi strumenti che li hanno preceduti, ma la presenza di uno “spazio virtuale” contenente la varie caratteristiche dei social network indicate da Boyd e Ellison (2007), è stato possibile solo a partire da questo primo servizio online chiamato Sixdegrees.com⁷. Molto brevemente possiamo dire che questo servizio è stato creato nel 1997 da Andrew Weinreich, il cui principale obiettivo era quello di realizzare un sito di incontri online privo degli inconvenienti tipici di questi siti: le informazioni false e la presenza di malintenzionati. Sixdegrees.com riuscì ad avere oltre un milione di utenti e circa cento dipendenti ma chiuse la propria attività nel 2001 per mancanza di utili.

A partire dal 2003 sono nati numerosissimi social network che hanno cercato di capitalizzare il successo di Sixdegrees.com. Tra i diversi servizi, apparentemente tutti uguali, solo tre sono riusciti ad andare oltre l’ambito regionale, raggiungendo una dimensione globale: Myspace⁸, Facebook⁹ e Twitter¹⁰. Questi tre social network, seppur sono molto diversi tra di loro si caratterizzano per aver permesso ai propri utenti una maggiore gestione della

⁷ www.sixdegrees.com.

⁸ www.myspace.com.

⁹ www.facebook.com.

¹⁰ www.twitter.com.

propria identità sociale attraverso l'integrazione con gli strumenti classici del Web 2.0.

Myspace è una virtual community (comunità virtuale), nata nel 2003 ad opera di Tom Anderson e Chris DeWolfe. È stato il primo social network a permettere una personalizzazione del proprio profilo attraverso l'inserimento di immagini, video e suoni (Boyd e Ellison, 2007), proprio per questo è la piattaforma utilizzata soprattutto dai musicisti e da appassionati di musica. La piattaforma è aperta a tutti, vi si può accedere gratuitamente creando un proprio profilo che comprende una pagina web ed un'altra serie di pagine su cui pubblicare altri contenuti; infatti, si possono pubblicare foto, pubblicare brani musicali, creare blog, ricevere e inviare commenti al profilo e alle foto, ricevere e inviare messaggi privati, giocare ai giochi on line proposti da Myspace. Così, come su Facebook, anche su Myspace esiste il concetto di "amico", ma a differenza di Facebook, il proprio profilo può essere visto anche dai non "amici", mentre solo gli amici possono pubblicare commenti e mandare messaggi privati. Fino a giugno del 2009, quando la sede italiana è stata chiusa, Myspace è stato il social network più utilizzato al mondo, con oltre cento milioni di visitatori che ogni mese accedevano al servizio, ma con la nascita e il successivo sviluppo di Facebook, Myspace ha subito un inesorabile e continuo declino.

Facebook è il social network per eccellenza, per numero di contatti, distribuzione nel mondo¹¹, livello di gradimento e fedeltà degli utenti. In Italia Facebook ha iniziato a diffondersi nel 2008, contando dopo solo un anno più di 5 milioni di utenti, mentre alla fine del 2011 gli iscritti erano più di 20 milioni, di cui 13 milioni si collegano quotidianamente. Il 48% ha meno di 30 anni: il 16% sono minorenni, il 19% hanno tra i 19 e i 24 anni, il 13% hanno tra i 25 e i 29 anni¹². Nasce un anno dopo Myspace, nel 2004, grazie a Mark Zuckerberg, il quale all'epoca era un giovanissimo studente presso l'Università di Harvard. All'inizio di quell'anno Zuckerberg crea il sito TheFacebook.com, pensato per

¹¹ Secondo una ricerca condotta da eCircle Mediacom Science del 2011 (www.ecircle.com/it/area-risorse/ricerche.html) gli utilizzatori dei social network hanno dichiarato di utilizzare Facebook per il 96%, Myspace per il 21% e Twitter per il 17%.

¹² Dati di Facebook in Italia al 31 dicembre 2011: <http://vincos.it/osservatorio-facebook/>.

essere la versione online dell'annuario dell'università che include i profili e le foto degli iscritti (chiamato proprio "Facebook", da "face"=volto, "book"=libro). L'obiettivo che Mark Zuckerberg intendeva raggiungere era di far mantenere i contatti fra gli studenti del suo campus prima, e tra gli studenti di università e licei di tutto il mondo poi. La scelta di inserire un social network a supporto di una comunità chiusa, quella degli studenti universitari, suscitò l'interesse di diversi investitori che tra la metà del 2004 e l'inizio del 2006 investirono circa 40 milioni di dollari per lanciare e potenziare il servizio. A questo proposito furono apportate delle modifiche (Nòva24, 2008; Borgato, Capelli e Ferraresi, 2009): cambiare il nome definitivamente in Facebook, aumentare progressivamente le opportunità relazionali ed espressive del servizio introducendo le applicazioni "gruppo", "bacheca", "foto", "note" ed "eventi" ed infine consentire l'accesso a tutti gli utenti di Internet di età superiore ai tredici anni. A differenza di altre piattaforme di social networking, Facebook richiede obbligatoriamente l'iscrizione attraverso i propri dati anagrafici reali: nome, cognome, città, studi, lavoro, stato sentimentale e quante più notizie vuole rendere pubbliche di sé, visibili ai propri "amici", o anche a tutto il web se non si impostano limitazioni in grado di preservare la privacy. Gli utenti, dunque, si iscrivono come se stessi e nella maggior parte dei casi non utilizzano nickname a differenza delle chat o forum. La richiesta di amicizia deve essere "accettata" o "rifiutata" dal destinatario, infatti, la modalità relazionale in questo caso è *bidirezionale*, perché permette a entrambi gli utenti di accedere in maniera completa al profilo del nuovo "amico"; questo meccanismo consente di creare una rete sociale chiusa, al cui interno nessuno è un totale sconosciuto e chiunque è identificabile in quanto "amico" di qualcun altro. Infatti, Facebook prevede, nonostante spesso non accada, che si "accettino" tra loro soltanto utenti che si conoscono anche nella vita reale, ma la maggior parte degli utenti giunge solitamente ad avere un numero di "amici" sproporzionato rispetto a quello che ha nella vita reale. Ciò fa parte della dinamica del social network, per cui si è attraenti ed interessanti su Facebook se si ha una cerchia considerevole di amicizie, la quale può rivelare il profilo di una persona dinamica, estroversa, popolare e richiesta. Una ricerca dell'Università del Michigan (Tom Tong, Van

Der Heide, Langwell, 2008) mostra che un utente viene percepito socialmente attraente in base al numero di amici che ha nel suo profilo, ma tale numero segue l'andamento di una "U rovesciata" per cui a pochi amici corrisponde poca attrazione sociale, ma, allo stesso tempo, anche un numero molto elevato di amicizie suscita poco interesse. Una ricerca canadese, invece, ha analizzato le personalità che sottendono l'uso di Facebook (Ross *et al.*, 2009): l'ipotesi di partenza vede un andamento analogo tra il comportamento della persona nella realtà e ciò che fa in Facebook, ma ciò non è stato riscontrato in tutti i casi. Piuttosto si è osservato che persone estroverse risultano iscritte ad un elevato numero di gruppi su Facebook, ma non hanno un numero elevato di amici, né trascorrono una grande quantità di tempo collegati. Un elevato valore di instabilità emotiva si collega ad un uso maggiore del Wall di Facebook, mentre un valore basso evidenzia una preferenza per la pubblicazione di foto, ma niente di più specifico. Per quanto riguarda la dimensione dell'apertura all'esperienza e socievolezza, i dati non hanno rivelato un numero elevato di amici o maggior utilizzo delle applicazioni, così come si pensava. Dunque, i fattori di personalità non mostrano modalità specifiche dell'utilizzo del social network, ma ci si deve aspettare che dietro la propria postazione Internet, a partire dal proprio profilo, le persone siano in grado di rivelare anche parti di sé che nella realtà face-to-face non sono in grado di mettere in gioco.

Un'altra ricerca americana (Nadkarni, Hofmann, 2012), si è focalizzata sui motivi che spingono all'uso, in crescita, di Facebook, facendo riferimento a due bisogni fondamentali, quello di appartenenza e quello di autopresentazione. Il bisogno di appartenenza legato a questo particolare social network è mosso da fattori socio-culturali. È probabile che un ragazzo che frequenta un gruppo di adolescenti che utilizzano quotidianamente Facebook, senta di poter aderire meglio al gruppo richiedendo l'amicizia alla medesima cerchia di amici. Il bisogno di autopresentazione, viene condizionato, in parte da fattori di personalità, quali timidezza, necessità di autostima, tendenza all'instabilità emotiva e in parte dalla modalità stessa di utilizzo del network da parte degli amici. Si è osservato, infatti, che coloro che hanno amici che condividono più

contenuti, sono a loro volta più propensi a condividere contenuti (Burke, Marlow, Lento, 2009).

Per quanto riguarda più specificamente le azioni che si possono svolgere su Facebook, facciamo riferimento alla possibilità di: *scambiarsi messaggi* privati o pubblici (in bacheca) e accedere alla chat per inviare e ricevere messaggi in tempo reale; *caricare e pubblicare diversi contenuti* sul proprio profilo, come le fotografie, i video, i link di altri siti che a loro volta possono essere commentati dagli amici oppure condivisi sulle bacheche altrui; *inviare un “poke”*: la parola poke deriva dal verbo inglese che significa, in questo caso, “toccare qualcuno con un dito, attirandone l’attenzione”; *isciversi a gruppi o diventare “Fan”*: i gruppi sono delle community interne a Facebook in cui si riuniscono tutti gli utenti che si sentono rappresentati dal gruppo stesso; oltre al gruppo, l’utente può anche diventare fan di un personaggio famoso o di un’istituzione cliccando semplicemente sul tasto “mi piace” attraverso le cosiddette pagine fan; ed infine *giocare*: diverse sono le applicazioni che sono state sviluppate ad hoc e che hanno permesso una rapida diffusione di semplici videogiochi online interattivi, ad esempio, Pet Society, superata nel 2011 da Farmville e Mafia Wars, arrivato a 18 milioni di utenti.

Ormai Facebook a partire dal 2009 è diventato il social network più utilizzato al mondo, arrivando negli Stati Uniti a superare per pagine viste perfino Google, il re del Web. Inoltre dal primo trimestre 2010 ha cominciato a produrre profitti, caso, al momento, unico nel settore dei social network.

Twitter, definito ironicamente “il social network dei vip” perché molto utilizzato da personaggi famosi, politici, musicisti ed artisti, è stato creato nel marzo del 2006 dalla Obvious Corporation di San Francisco grazie a un’intuizione di Jack Dorsey. Il nome “Twitter” deriva dal verbo inglese *to tweet* che significa “cinguettare”, a conferma della sua funzione di scambio di brevi messaggi. La scelta di sfruttare al massimo il telefono cellulare, consentendo di comunicare anche mediante Sms, ha condizionato le caratteristiche di Twitter rispetto ai social network esistenti. L’interazione su Twitter ha due vincoli significativi: le

comunicazioni non possono superare i 140 caratteri e la modalità di relazione tra i membri della rete è a *stella*.

Questa modalità di relazione distingue esplicitamente tra emittente (*following*) e ricevente (*follower*, “seguace”). L’emittente manda un *tweet*, ovvero mini spot, pensieri, commenti sulla realtà quotidiana, alla sua rete di riceventi, che lo ricevono mediante un Sms o lo visualizzano sulla loro pagina del social network; i followers, di conseguenza, possono ricevere e rispondere ai messaggi dell’emittente ma non contattare direttamente gli altri followers a meno che non vengano esplicitamente autorizzati a farlo (*follow-back*). In sostanza su Twitter non si hanno “amici” come nel caso di Facebook, ma follower, ovvero persone che, appunto, seguono altri utenti attraverso i tweet, quindi, diventare “amici” non significa avere degli “obblighi” nei confronti dell’altro; se voglio posso parlare di me o ascoltare quello che mi dice l’altro senza temere che questo si aspetti qualcosa da me in cambio. Ed è proprio questo modello di relazione a stella, la possibile spiegazione del successo di questo social network.

La sostanziale differenza tra Facebook e Twitter, è che Twitter, essendo composto solo da status, è fondamentalmente uno scambio di informazioni e una piattaforma di sviluppo virale grazie al processo definito *retweeting*; più precisamente, quando un follower riceve un messaggio che vale la pena diffondere alla propria rete può farlo semplicemente aggiungendo le lettere “RT” al messaggio originale. Attraverso questa procedura, un tweet può raggiungere immediatamente e contemporaneamente reti di migliaia di persone. Inoltre, la possibilità di inviare messaggi mediante Sms anche in contesti dove non è presente una connessione Internet, ha trasformato Twitter in una specie di termometro sociale, in cui è possibile verificare in tempo reale i commenti degli utenti su eventi e situazioni. Ciò è reso possibile dall’inserimento nei messaggi di parole chiave precedute dal simbolo # (hashtag), che permettono di identificare e raggruppare tutti i commenti su un determinato argomento. Per esempio, negli Stati Uniti, la diffusione di Twitter, consente di controllare in tempo reale il gradimento di prodotti o eventi semplicemente contando il numero di tweet a favore o contro. Inoltre, a differenza di Facebook, Twitter ha una popolazione di

iscritti di un'età maggiore: quasi il 70% degli utenti ha un'età compresa tra i 18 e i 49 anni, mentre i minorenni arrivano appena al 10%¹³. Nel 2006 solo Twitter permetteva di accedere a un social network mediante telefono cellulare, oggi tutti i principali social network lo consentono. Tuttavia, ciò non ha ridotto il successo di Twitter, che ha recentemente superato i cento milioni di utenti nel mondo.

Un altro social network che si sta diffondendo sempre di più in ambito professionale, è **LinkedIn**¹⁴. Nasce nel 2003, grazie a Reid Hoffman, Allen Blue, Konstantin Guericke, Eric Ly e Jean-Luc Vaillant, per creare una rete di tipo professionale, scambiare idee e opportunità. Tra le sue peculiarità vi è proprio l'idea di creare una lista di persone ritenute valide e affidabili in ambito lavorativo. Ciascuna persona annessa diviene una *connessione*; l'utente può invitare a far parte delle proprie connessioni i professionisti che ritiene di suo gradimento e navigando tra le connessioni ha possibilità di potersi presentare ad un contatto ambito, mediante un contatto già posseduto. Attraverso il network professionale i membri possono creare, gestire e condividere la propria identità lavorativa e le proprie competenze che possono essere visionate online anche dai non iscritti. La rete LinkedIn è in progressiva espansione tanto che i 30 milioni di utenti del 2009 sono diventati circa 200 a gennaio del 2013, dei quali il 21% hanno tra i 18 e i 24 anni, il 72% hanno dai 25 ai 54 anni e solo il 7% ha più di 55 anni.

Per concludere, ricordiamo il social network **Ask.fm**¹⁵, nome ufficiale: Ask for me (in italiano = chiedi per me). È un servizio di rete sociale di tipo Q&A, perché basato su un'interazione "domanda-risposta", che è stato lanciato in Lettonia il 16 giugno 2010 da Klaves Sinka. La specificità di Ask, è che gli utenti possono interagire in forma anonima. Infatti, è possibile postare le domande in forma anonima sulla bacheca degli altri utenti e seguire i propri amici anche senza che loro lo sappiano. Tutti gli utenti possono condividere foto e pensieri in completa libertà e il potersi nascondere dietro a un falso nome toglie i freni e

¹³ Dati da: <http://twitter.com/msaleem>.

¹⁴ www.linkedin.com.

¹⁵ <http://ask.fm>

annulla ogni tipo di inibizione. Le domande possono essere sia di tipo testuale che video, e non solo possono essere dirette ad una persona specifica ma anche a tutta la community. Ai “non-iscritti” ad Ask è concesso solo di porre delle domande agli altri utenti, ma non di rispondere alle domande personali (non avendo un profilo registrato). Le domande non possono superare, in qualsiasi caso, i 300 caratteri. Il profilo tiene conto delle risposte date e dei “mi piace” alle risposte: più è alto è il numero delle risposte piaciute più si è cool. Gli utenti su Ask.fm sono oltre sessanta milioni, più di tredici quelli che si collegano quotidianamente e l'Italia è il paese che ne conta di più. Ask.fm rimane uno dei siti più utilizzati dai teenager, con i loro mille interrogativi anche se l'accesso è vietato ai minori di 13 anni. Nel 2013 all'interno dell'Apple Store è arrivata l'applicazione ufficiale del sito. L'anno precedente era stata creata l'applicazione "Ask FM", scaricabile nel Play Store per i dispositivi Android.

11.2. Le applicazioni per smartphone

All'inizio del 2014, Facebook ha comprato il servizio gratuito di messaggistica istantanea per telefoni smartphone, *Whatsapp*¹⁶, un affare costato circa 19 miliardi di dollari, che conta 450 milioni di utenti attivi e macina 27 miliardi di messaggi al giorno. L'azienda di Mark Zuckerberg ha messo le mani su quello che in gran parte del mondo è al momento il mezzo di comunicazione preferito degli under 30, che telefonano sempre meno e praticamente non usano più sms, preferendo la gratuità, l'immediatezza e la versatilità dell'applicazione (abbreviato app.) creata da Brian Acton e Jan Koum. Whatsapp soddisfa un bisogno fondamentale, quello di comunicare con chi ti sta vicino, scambiando foto e video, condividendo la propria posizione geografica, creando gruppi e inviando brevi messaggi vocali. Sicuramente anche Facebook lo permette, e negli ultimi anni si è pure evoluto con una chat in tempo reale che tutto sommato fa il suo lavoro. Ma è diverso: il nucleo fondante del social network blu è la condivisione di pezzetti di vita, l'allestimento di vetrine personali e la gestione di identità virtuali, che possono richiedere tempo ed energie. Su Whatsapp, invece, si ha più

¹⁶ www.whatsapp.com

controllo: si invia il messaggio e si riceve la risposta. È un meccanismo elementare, che per la sua semplicità è diventato talmente pervasivo nella vita di tutti i giorni da essere considerato l'erede dell'sms, soprattutto in virtù del dna mobile dell'applicazione. Per questo, sempre più spesso, anche chi non vuol cedere alle lusinghe di una vita connessa a Facebook si è comunque ritrovato ad aprire un account su Whatsapp. Oltre che erede del vecchio sms, Whatsapp ha scalzato (prima di un suo vero utilizzo capillare) il vecchio MMS. Ma ciò che appare di fondamentale approfondimento, è il fatto che questa app sia stata aggiornata ripetutamente, fino ad aggiungervi funzioni sofisticate come l'invio di messaggi vocali, video e foto, la creazione di gruppi e la condivisione di questi contenuti medialti con un gran numero di persone. Questo tipo di utilizzo, pone Whatsapp al confine tra un'app di messaggistica ed un social. Infine vanno sottolineate le funzioni "Foto profilo" e "stato", che tra gli adolescenti sono utilizzati anche quotidianamente per comunicare "stati" emotivi anche molto intimi e condividere una foto profilo che comunichi una situazione sentimentale, un viaggio in corso, una festività, una semplice uscita tra amici, e simili

Nel 2012 era già stata acquistata da Mark Zuckerberg, per un miliardo di dollari, *Instagram*¹⁷, un'applicazione mobile gratuita e social network fotografico. Essa permette di scattare fotografie e di condividerle istantaneamente su altri social media. Sin dal suo esordio, nell'ottobre 2010, ha conosciuto un'enorme popolarità e la sua ascesa sembra non volersi fermare. Ad oggi sono oltre 150 milioni gli utenti Instagram a livello mondiale. Come in altri social media, anche su Instagram è necessario presentarsi nei 150 caratteri a disposizione e parlare un po' di sé; gli utenti vogliono sapere chi ci sia dietro le foto e quali siano le passioni delle persone, il loro stile di vita e conoscere altri canali in cui si è presenti (blog, Twitter, Facebook). Per completare, ovviamente, bisogna inserire una foto profilo in modo da essere facilmente rintracciabili dagli amici o nuovi followers. Una volta dato sfogo al proprio estro creativo con le foto, sfruttando gli hashtag, è possibile categorizzare la propria foto per argomento e renderla ritrovabile, ad esempio all'interno di una community di appassionati, che

¹⁷ www.instagram.com

raccoglie le proprie foto basandosi su una parola chiave dedicata. A giugno 2013, all'applicazione è stata aggiunta l'opzione video, che consente agli utenti di registrare e condividere brevi filmati della durata tra i 3 e i 15 secondi. Ancora una volta siamo al cospetto della velocità con la quale vengono aggiornate le app per smartphone ed i social network, fino a non poter facilmente distinguere le une dalle altre.

Capitolo secondo

LE PREPOTENZE ONLINE: DALLO “SCHERZO” AL REATO

Premessa

Se è vero che, da una parte, è impensabile immaginare la nostra vita quotidiana senza i media digitali, i quali ci offrono grandi benefici e numerose opportunità di sviluppo e di crescita culturale e sociale, d'altra parte, Internet ha purtroppo favorito anche l'utilizzo criminoso del mezzo telematico al fine di commettere reati, sia da parte della criminalità organizzata, sia da parte dell'utente comune che rimane vittima delle illusioni di onnipotenza e anonimato tipicamente riscontrate. La comunicazione via Internet e, in misura minore, gli sms, che imperversano sugli smartphone degli adolescenti, diventano, in questo senso, le stanze virtuali all'interno delle quali comportamenti diffamatori e aggressivi nei confronti di determinati soggetti bersaglio vengono perpetrati. È all'interno di questo contesto che la presunta invisibilità, l'indebolimento delle remore etiche, la maggiore spontaneità ed immediatezza, l'assenza di limiti spazio-temporali e la disinibizione diventano i mezzi attraverso cui la maggior parte degli adolescenti intraprende la strada della violenza digitale. Ormai, i comportamenti violenti che si manifestano nei social media non sono una novità: basti pensare alle cyberminacce, al sexting, al grooming o al trolling, solo per citarne qualcuno.

In particolar modo, in questa parte del lavoro, è stato analizzato in maniera specifica il fenomeno del *cyberbullismo* o *bullismo elettronico*, che ha iniziato a manifestarsi e diffondersi con sempre maggiore evidenza, attirando l'attenzione di genitori, psicologi e ricercatori, oltre che dei media, in quanto nuova forma di disagio giovanile. Questo nuovo termine viene utilizzato per definire l'utilizzo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione come l'e-mail, il telefono cellulare, il cercapersone, sms, instant messaging e social network, da parte di singoli individui o di un gruppo, per veicolare comportamenti

intenzionali, diffamatori e intimidatori e ripetuti nel tempo, ai danni di uno o più soggetti.

L'obiettivo, dunque, è quello di comprendere proprio le dinamiche sottostanti il cyberbullismo, analizzandone prima di tutto le caratteristiche e le tipologie, ma anche i punti di contatto e di lontananza di quest'ultimo rispetto al bullismo che viene definito tradizionale. Infatti le caratteristiche del bullismo elettronico non sono completamente sovrapponibili a quelle del bullismo tradizionale, in particolar modo l'*anonimato*, tanto è vero che la vittima nella maggior parte dei casi non conosce nemmeno l'identità del suo aggressore. Infatti, il cyberbullo protetto dal monitor di un computer, di un telefono cellulare o di un ipad, molto spesso si muove tra le tecnologie rimanendo anonimo, protetto da un profilo falso, da un avatar, o da un nickname, distruggendo la privacy di una persona, offendendo e molestando senza limiti.

Il bullismo online, secondo lo psichiatra Federico Tonioni, dell'Istituto di Psichiatria e Psicologia della Cattolica di Roma, è ormai riconosciuto come primaria fonte di angoscia e potenziale psicopatologia per gli adolescenti nativi digitali. Questo perché le conseguenze del cyberbullismo, analoghe a quelle del bullismo tradizionale, se non maggiormente gravose a causa dell'elevato numero di persone coinvolte e della forza mediatica di messaggi, foto, video trasmessi online o sullo smartphone, si consolidano in una serie di problematiche psicologiche ed effetti negativi per l'identità personale della vittima innescando una possibile depressione, ulteriore riduzione dell'autostima, problemi di concentrazione, rifiuto scolastico, disturbi d'ansia, pensieri suicidari o addirittura, in alcuni casi, il suicidio vero e proprio, come ci insegnano ormai le pagine di cronaca nera degli ultimi anni. È fondamentale studiare questo fenomeno perché fonte di malessere per i ragazzi che ne sono coinvolti; una sua conoscenza approfondita può aiutare chi interviene sia a prevenirlo che a contrastarlo. Combattere il cyberbullismo è possibile solo grazie ad un'opera di sensibilizzazione e di prevenzione il cui obiettivo è quello di ricordare che il cyberspazio nasconde spesso molti pericoli potenzialmente dannosi per lo sviluppo di bambini e adolescenti andando contro i principi di un'ottimale vita

sociale. Per questo motivo, nell'ultima parte del capitolo è stata presentata una *review* di alcuni progetti di contrasto e prevenzione che finora sono stati messi in atto a livello nazionale e internazionale; interventi educativi rivolti non solo ai giovani, ma anche agli adulti, ovvero genitori e insegnanti, attivando quindi una sinergia tra le istituzioni per accompagnare i bambini e i ragazzi a misurarsi con le grandi opportunità offerte dalla Rete evitandone i possibili rischi.

1. La violenza digitale: le varie forme di cyberviolenza

Al giorno d'oggi, gli adolescenti non vivono solo in contesti reali, come la scuola, il gruppo di amici extrascolastici, ma anche "altrove", in mondi virtuali che diventano sempre più accattivanti con il progredire della tecnologia. "*Nativi digitali*" o "*madrelingua del linguaggio digitale*", sono termini conati da Marc Prensky (2001), per indicare le nuove generazioni che sono cresciute negli ultimi 15 anni, in una società in cui l'essere connessi rappresenta un dato di fatto, un'esperienza connaturata nella quotidianità (Raskauskas, Stoltz, 2007). Abituati all'esercizio della funzione *multitasking*, all'istantaneità degli ipertesti e a una connettività illimitata, i giovani di oggi assorbono e fanno proprie tutte le novità delle moderne comunità virtuali, estese ormai a livello globale, comunicando in tempo reale e instaurando relazioni senza alcun confine di spazio (Ferri, 2011). Tuttavia, la velocità dell'evoluzione tecnologica e il cambiamento nelle modalità di comunicazione online, non ha permesso ai "cittadini digitali" di scindere consapevolmente i comportamenti ammissibili in rete da quelli problematici e potenzialmente dannosi. Così parallelamente all'uso consapevole e intelligente della rete Internet, si è sviluppato e diffuso un uso distorto e improprio, il cui confine appare spesso labile e pericoloso. Ad esempio, le modalità con cui i giovani scherzano e si prendono in giro online potrebbero varcare la soglia del rispetto altrui, diventando *bullismo elettronico*; così come il *sexting*, che potrebbe facilmente varcare i confini della decenza e della privacy, diventando materiale pedopornografico reperibile in rete.

I comportamenti devianti in rete, non sono altro che una forma di violenza. La violenza è una possibile espressione dell'aggressività. Infatti, il termine

“aggressività” deriva dal latino “*ad gradior*”, dove “gradior” significa “andare”, “procedere”, “aggredire” e “ad” indica “verso”, “contro”. Dunque, il significato del termine rimanda ad intenzioni non necessariamente negative, ma alternativamente positive o negative, maligne o benigne (Marini, Mameli, 2004). Feshbach (1970), per esempio, fa una distinzione tra aggressione “accidentale” e “intenzionale”. Questa a sua volta si distingue in “ostile” e “strumentale”, dove per “ostile” si intende il voler perseguire l’obiettivo di arrecare un danno fisico o psicologico ad una determinata persona; mentre per “strumentale” si vuole indicare un atto antisociale volto a soddisfare il proprio bisogno immediato.

Da un punto di vista generale la violenza è un problema grave e datato, portato alla luce attraverso numerosi studi psicologici. La definizione più accreditata dalla comunità scientifica la fornisce l’Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS), secondo cui la violenza è “*l’utilizzo intenzionale della forza fisica o del potere, minacciato o reale, contro se stessi, un’altra persona, o contro un gruppo o una comunità, che determini o che abbia un elevato grado di probabilità di determinare lesioni, morte, danno psicologico, cattivo sviluppo o privazione*”.

Sempre secondo l’OMS esistono diversi tipi di violenza in base alle caratteristiche di chi commette l’atto:

- violenza autoinflitta,
- violenza interpersonale,
- violenza collettiva.

Le molte espressioni specifiche delle tre forme sopra indicate sono ricondotte a sette tipologie principali: la violenza giovanile, l’abuso e la trascuratezza sui minori, la violenza nelle relazioni da parte del partner, la violenza sugli anziani, la violenza sessuale, la violenza autoinflitta e i suicidi, e la violenza collettiva (sociale, politica, economica). La maggior parte delle violenze non ha origine accidentale; si tratta invece di eventi cronici, ripetuti nel tempo, che hanno effetti traumatici a livello fisico e psicologico. I fenomeni di violenza intraindividuale e interindividuale sono tra le principali cause di morte degli individui tra i 15 e i 44 anni di età, corrispondendo al 14% dei decessi tra la popolazione di sesso maschile e al 7% di quelli relativi alla popolazione di sesso

femminile (OMS, 2002). Le violenze, di qualsiasi forma e grado, sono sempre generate all'interno di un contesto relazionale ristretto. L'attore della violenza è di fatto motivato a mettere in atto comportamenti aggressivi per difendere il proprio ambiente che ritiene minacciato dalla vittima. L'obiettivo di questi comportamenti è sempre volto all'esclusione o all'annientamento del bersaglio della violenza.

Ormai è noto che anche nei media digitali pullulano scene di violenza: basti pensare ai film, ai videogiochi o in generale ad Internet. Il mondo odierno ha un debole per la violenza. La violenza è sempre stata presente nell'industria del divertimento, ma negli ultimi anni, afferma uno studio di Media Awareness Network, un'associazione per l'educazione ai media, qualcosa è cambiato nella violenza diffusa dai media. Tanto per cominciare, ce n'è di più. Poi è molto più vivida, più sadica e molto spesso legata al sesso. È certo che l'esposizione a contenuti violenti di bambini e giovani può ripercuotersi negativamente sulla loro salute e sul loro comportamento ed essere all'origine di collera, insicurezza, irritabilità, ansia o depressione. Inoltre, il frequente consumo di prodotti mediali con contenuti violenti e la contemporanea insorgenza di fattori di rischio personali e sociali, possono aumentare l'aggressività dei bambini e dei giovani. Gli atteggiamenti dei fruitori della rete quindi non sarebbero del tutto privi di condizionamento da parte del web che, secondo uno studio condotto nel 2009 da un gruppo di ricercatori della Kaohsiung Medical University, sarebbe in grado di spingerli ad assumere comportamenti violenti. I ricercatori hanno preso in considerazione 9.405 adolescenti, i quali hanno dovuto rispondere a dei questionari riguardanti le attività che essi svolgono online e al di fuori del web. I risultati emersi testimonierebbero che esiste un 25% di ragazzi e un 13% di ragazze estremamente dipendenti da Internet. I giovani secondo la ricerca sono condizionati ad essere più violenti e quindi più propensi a comportamenti antisociali, per il fatto che si sottopongono ad una fruizione rilevante di contenuti web improntati alla violenza, come filmati pornografici e videogames aggressivi.

Quando parliamo di violenza in Internet, possiamo fare riferimento a questa classificazione di *cyberviolenze*:

- **Cyberminacce:** le cyberminacce sono affermazioni generali che lasciano pensare che lo scrivente sia emotivamente sconvolto e possa prendere in considerazione il progetto di fare del male a se stesso o ad altri (Willard, 2007). Le minacce si suddividono in:
 - *minacce dirette:* minacce effettive di fare del male a qualcuno o a sé stessi come suicidarsi;
 - *materiale a carattere angosciante:* materiale online che fornisce indizi circa il fatto che la persona è emotivamente sconvolta e potrebbe pensare di fare del male a qualcuno, a se stessa o suicidarsi.

Ma non tutte le cyberminacce sono attendibili (Willard, 2007). Una minaccia che viene comunicata online potrebbe essere:

- uno scherzo, una parodia o un gioco;
 - una chiacchiera che, una volta nata, è cresciuta e si è propagata;
 - materiale pubblicato da un giovane che sta recitando un personaggio minaccioso, ma fittizio e limitato alla sfera online;
 - gli ultimi spari di un “flaming”, una battaglia verbale che è sfuggita di mano e che difficilmente avrà un reale sbocco violento;
 - materiale pubblicato da qualcuno che si finge un’altra persona, per creare dei guai;
 - materiale a carattere angosciante, pubblicato da qualche giovane depresso o arrabbiato che non rappresenta una minaccia immediata.
- **Happy slapping** (schiaffo allegro): è un fenomeno giovanile iniziato in Inghilterra, nel 2004, come strategia di aggressione gratuita ritenuta “divertente”. Questo termine indica un tipo di comportamento violento che si è sviluppato con la diffusione delle videocamere in dotazione sui telefoni cellulari: mentre una persona viene schiaffeggiata, i complici filmano la scena e poi la diffondono, tramite il cellulare, in Internet. Per le vittime, alla sofferenza fisica si aggiunge l’umiliazione di vedere la

violenza subita diffusa in Internet e nella cerchia degli amici (Hinduja, Patchin, 2009);

- **Cyberbashing**: comportamento criminale che ha inizio nella vita reale (un individuo o un gruppo di individui, molestano fisicamente un soggetto mentre altri riprendono la scena con il videotelefonino) e che poi continua, con caratteristiche diverse, online: le immagini, pubblicate su internet e visualizzate da utenti ai quali la rete offre (pur non avendo partecipato direttamente al fatto) occasione di condivisione, possono essere commentate e votate (Hinduja, Patchin, 2009);
- **Grooming**: secondo la Convenzione del Consiglio d'Europa per la protezione dei bambini contro lo sfruttamento e gli abusi sessuali, sottoscritta il 25 ottobre 2007 presso Lanzarote (Spagna) e ratificata in Italia il 17 gennaio 2010, per grooming (dal verbo "*to groom*", curare) si intende la condotta dell'adulto che comunica tramite i new media con il minore o compie altre azioni finalizzate ad incontrarlo, con l'intento di commettere reati (abuso sessuale, prostituzione) od organizzare performances pornografiche e punibile secondo il nuovo articolo 414 bis del Codice Penale. O'Connell (2003) ha coniato un nuovo termine, *cybersexploitation*, per descrivere vari gradi di linea di sfruttamento sessuale dei bambini, perpetrata attraverso nuovi mezzi di comunicazione digitalizzata. Le 5 fasi della condotta di adescamento distinte da O'Connell sono:
 1. *Friendship forming stage*: fase in cui, a seguito del primo contatto, l'adescatore instaura un rapporto con il minore e, nella maggior parte dei casi, lo invita a inviare una foto (anche non sessualmente esplicita);
 2. *Relationship forming stage*: l'adulto manipola il minore al fine di dare vita a un rapporto di fiducia, mirando a carpire informazioni sulla sua vita privata;
 3. *Risk assessment stage*: l'adulto adescatore indaga sui possibili fattori di rischio per la propria condotta, interrogando il minore sulla

posizione del computer in casa, sulla presenza dei genitori e sui loro eventuali controlli;

4. *Exclusivity stage*: è la fase della manipolazione vera e propria, in cui l'adulto cerca di creare una situazione di intimità per indurre la vittima a confidarsi;
 5. *Sexual stage*: l'adescatore indaga sulla sfera sessuale del minore, mostrando immagini pedopornografiche, con lo scopo di incontrarlo.
- **Sexting**: Il termine "sexting", deriva dall'unione delle parole inglesi "sex" (sesso) e "texting" (pubblicare testo) e viene mediaticamente etichettato come "candy girls" (Arnaldi, 2011). Si tratta di ragazze tra i 12 e i 17 anni che inviano le proprie immagini o video sessualmente espliciti ad altri utenti, solitamente adulti, in cambio di una ricarica telefonica o postepay. Spesso queste immagini o video, anche se inviati ad una stretta cerchia di persone, si diffondono in modo incontrollabile e possono creare seri problemi, sia personali che legali, alla persona ritratta. L'inoltro delle foto che ritraggono minorenni in pose sessualmente esplicite configura, infatti, il reato di distribuzione di materiale pedopornografico, secondo l'articolo 161 del Codice Penale. Le candy girls sono adolescenti che vivono all'interno di un contesto familiare in cui non si registrano particolari problemi economici e relazionali. Nella vita reale sembrano avere un'identità che le riconosce come brave ragazze ma il click del digitale pare trasformarle in soubrette della pornografia. I loro clienti principali sono i compagni, amici o adulti adescati on line. Questi ultimi si presentano come gli acquirenti più pericolosi. Il fenomeno più eclatante che ha dato voce nazionale alla problematica delle candy girls è stato il caso del 2007 di una ragazza quindicenne di Udine, che usò una net-postazione interna alla scuola per inviare foto personali che la ritraevano nuda in cambio di una ricarica cellulare di venticinque euro.
 - **Trolling**: il termine "troll", in letteratura, deriva dal mitologico troll, creatura umanoide diffusa, secondo la leggenda, nell'Europa Settentrionale, in particolare in Norvegia. Nel gergo di Internet, e, in

particolare, delle comunità virtuali, si indica una persona che interagisce con gli altri utenti tramite messaggi provocatori, irritanti, fuori tema o semplicemente senza senso, con l'obiettivo di disturbare la comunicazione e fomentare gli animi. Il ritratto della psicologia dei troll tracciato dallo studio ("Trolls just want to have fun") degli psicologi dell'Università di Manitoba (CA), parla chiaro. Chi si diverte a gettare zizzania online, disturbando le conversazioni e insultando gli altri utenti, avrebbe delle caratteristiche psicologiche che ricadono nella cosiddetta tetradе oscura: machiavellismo (volontà di manipolare e ingannare il prossimo), narcisismo (egotismo e ossessione per sé stessi), psicopatia (mancanza di rimorso ed empatia) e sadismo (piacere per le sofferenze altrui). Sulla base delle risposte ottenute, molti di loro hanno dichiarato di "provare piacere nel fare del male agli altri giocatori nei videogame" e che "più è interessante e seguita una discussione, più è soddisfacente dar fastidio", atteggiamenti questi, correlati con sadismo, psicopatia e machiavellismo.

- **Phubbing**: fenomeno dell'era digitale in rapida e maleducata ascesa, il "phubbing" è infatti la brutta abitudine di controllare il proprio telefono cellulare nel bel mezzo di un contesto sociale, disinteressandosi totalmente degli altri. Il termine stesso è un neologismo composto dalle parole "phone" e "snubbing" (snobbare) coniato dall'australiano Alex Haigh, per indicare chi snobba le conversazioni per concentrarsi solo sul proprio smartphone. Alex Haight, nonostante la sua giovane età, forse infastidito dall'uso compulsivo del cellulare dei suoi coetanei, ha deciso di prendere posizione contro le anti-sociali abitudini dell'ultima generazione. A questo proposito, è stato creato un sito web per la campagna antiphubbing (Stop Phupping¹⁸) con relativa pagina Facebook, che consiste nell'esporre gli aspetti negativi del fenomeno senza annoiare con sondaggi o teorie scientifiche, ma facendo esempi divertenti, pubblicando caricature satiriche e foto che ritraggono coppie o amici immersi nella tecnologia a discapito di una comunicazione più "umana".

¹⁸ stopphubbing.com

Tutte queste forme di cyberviolenza possono essere distinte in base all'età delle parti coinvolte: forme di cyberviolenza maggiormente perpetrate tra coetanei (cyberbullismo, cyberminacce, happy slapping e cyberbashing); forme di cyberviolenza nelle quali è presente un'elevata differenza d'età tra le parti coinvolte (grooming, candy girls e cyberharassment); una categoria residua nella quale non è dato conoscere l'età delle persone coinvolte (trolling, phubbing).

2. Grooming: la sottile linea di confine tra richiesta di attenzioni e molestia

Il Grooming non è una tecnologia o un dispositivo digitale di comunicazione. Parlando di Internet e di rete può essere considerata una tecnica psicologica utilizzata per l'adescamento di minori in rete. Questo fenomeno è conosciuto come "grooming" (dal verbo "to groom", curare) perché l'adulto potenziale abusante "cura" la potenziale vittima, inducendo gradualmente il bambino o ragazzo a superare le resistenze attraverso tecniche di manipolazione psicologica.

Questa tecnica viene utilizzata anche e soprattutto attraverso gli strumenti tecnologici, in un primo momento per entrare in contatto online con i ragazzi e, successivamente, per conquistarne a poco a poco la fiducia necessaria che può portare all'incontro offline.

Questo metodo, ancora scarsamente conosciuto in Italia (in Inghilterra è già reato punibile dalla legge), viene utilizzato dagli adulti potenzialmente abusanti per manipolare bambini e ragazzi in modo da garantire loro il massimo controllo della situazione.

Il grooming viene anche usato per far tacere le vittime dopo l'abuso. L'ampia diffusione delle nuove tecnologie rende necessaria la protezione e la tutela dei minori anche dai rischi dell'adescamento online. Attraverso dialoghi in chat, forum, via sms o tramite social network, giochi di ruolo, i potenzialmente abusanti costruiscono un legame di fiducia con il minore, che viene indotto ad accettare più facilmente un incontro o a dare informazioni sulla propria vita personale: indirizzo di residenza, numero di telefono, luoghi frequentati. Talvolta, anche

piccoli regali come le ricariche telefoniche sono mezzi utilizzati per avvicinarlo. Questa tipologia di adescamento è molto insidiosa, perché può durare anche mesi e, sebbene non implichi necessariamente un contatto fisico, induce il minorenne a considerare come normali atti sessuali tra adulti e bambini.

Le tecniche usate dagli abusanti nell'adescamento online. Per conoscere meglio il fenomeno dell'adescamento online, è bene sapere come i potenziali abusanti avvicinano un minore in Rete. Nella maggior parte dei casi, l'adulto individua la sua vittima tra i profili corrispondenti alla fascia di età "preferita" e inizia una conversazione su argomenti banali e tipici della vita di un bambino o di un ragazzo: la scuola, gli amici, gli hobby. Come trucco, spesso l'adescatore mente sulla propria età anagrafica, salvo poi rivelarla quando la relazione si approfondisce. Le richieste di confidenze sessuali arrivano talvolta subito e, spesso, sono precedute da dichiarazioni di trasporto sentimentale. Il passo successivo è la richiesta di immagini osé, cui può seguire quella di un incontro reale.

I dati sull'adescamento online. L'adescamento online è un fenomeno in forte espansione che coinvolge sempre più spesso ragazzi e ragazze al di sotto dei 18 anni. Negli ultimi anni e specialmente a seguito del boom dei social network, le vittime degli abusi online appartengono a fasce d'età sempre più basse, tra i 10 e i 12 anni. Gli adescatori seguono i profili dei giovanissimi sul web e ne studiano gusti e punti deboli con l'obiettivo di attrarli nella propria rete. Nel nostro paese, l'azione di lotta alla pedofilia online è condotta quotidianamente dalla Polizia Postale e delle Comunicazioni, specialmente attraverso l'attività del Centro nazionale per il contrasto della pedopornografia sulla rete Internet. Tra il 1° aprile 2010 ed il 30 settembre 2011 sono stati monitorati 31.432 siti sospetti e, solo nel 2010 le operazioni sotto copertura svolte hanno prodotto 63 indagati sottoposti a provvedimenti restrittivi e portato alla denuncia di altre 582 persone per reati connessi alla pornografia minorile. La normativa sull'adescamento online: per contrastare il fenomeno dell'adescamento online, la legge 1 ottobre 2012 n.172 di ratifica della Convenzione di Lanzarote, prevede l'introduzione del nuovo reato di "adescamento di minorenni" (art. 609-undecies del codice penale).

Questa nuova fattispecie di reato consiste in qualsiasi atto volto a carpire la fiducia di un minore di 16 anni attraverso artifici, lusinghe o minacce posti in essere anche mediante l'utilizzo della rete internet o di altre reti o mezzi di comunicazione allo scopo di commettere uno dei reati sessuali contro i minori previsti dalla legge.

La pena prevista per chi si macchia di questo reato è la reclusione da 1 a 3 anni. Ecco alcuni consigli e raccomandazioni dalla Polizia Postale e delle Comunicazioni: “è essenziale che tuo figlio sia al corrente di questo rischio, e sia consapevole che on-line non tutti sono quello che dicono di essere. Gli adescatori online si fingono coetanei per creare il clima di confidenza e fiducia che può portare all'incontro offline e al probabile abuso; insegna ai tuoi figli l'importanza dei propri dati personali”.

3. Quando il bullismo è cyber

Un altro fenomeno che fa parte delle cyberviolenze e che ha iniziato a manifestarsi con sempre maggiore evidenza, attirando l'attenzione di genitori, psicologi e ricercatori, oltre che dei media, è il “*cyberbullismo*” chiamato anche “*bullismo elettronico*”, “*bullismo online*”, “*bullismo digitale*” (*cyberbullying* nella letteratura anglofona), termine coniato dall'educatore canadese Bill Belsey¹⁹ nel 2002, che lo definisce così: “il cyberbullismo prevede l'utilizzo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione come l'e-mail, il telefono cellulare, il cercapersone, sms, instant messaging, siti web personali, da parte di singoli individui o di un gruppo, per veicolare comportamenti intenzionali, diffamatori e intimidatori e ripetuti nel tempo, ai danni di uno o più soggetti”. I giuristi inglesi, però, distinguono tra *cyberbullying* (cyberbullismo), che avviene tra minorenni e/o coetanei, e *cyberharassment* (cybermolestia), che avviene tra adulti o tra un adulto e un minore. Tuttavia nell'uso corrente *cyberbullying* viene utilizzato indifferentemente per entrambi i casi. Come il bullismo nella vita reale, il cyberbullismo può a volte costituire una violazione del Codice civile e/o del Codice penale.

¹⁹ Autore del sito www.bullying.org.

Anche se il fenomeno appare diffuso in tutto il mondo occidentale sin dalla sua comparsa, la letteratura scientifica sull'argomento non ha ancora raggiunto una definizione condivisa. Shariff ha definito il cyberbullismo *peer to peer* (Shariff, Strong-Wilson, 2005), come un bullismo latente, psicologico, che viene messo in atto attraverso i media elettronici come i cellulari, i weblogs, le chat rooms on-line, le MUD rooms e gli Xangas (profili personali on-line dove gli adolescenti creano liste di persone che detestano). Patchin e Hinduja (2006) hanno definito il cyberbullismo come un'offesa volontaria e ripetuta inflitta attraverso la mediazione del testo elettronico. Smith e collaboratori (2006) hanno proposto una definizione di bullismo elettronico in relazione diretta con le definizioni convenzionali di bullismo. A questo proposito, prima di inoltrarci nel fenomeno del bullismo online, definiamo brevemente il concetto di "**bullismo**". Il bullismo è stato definito come una sottocategoria del comportamento aggressivo, con caratteristiche specifiche; con questo termine si definiscono quei comportamenti offensivi e/o aggressivi che un singolo individuo o più persone in gruppo mettono in atto, ripetutamente nel corso del tempo, ai danni di una o più persone con lo scopo di esercitare un potere o un dominio sulla vittima (Olweus, 1996). Nella definizione di *bullying* è espressa con chiarezza la matrice relazionale del fenomeno, potendo così individuare con facilità alcune caratteristiche che rendono il bullismo differente da altre manifestazioni di aggressività o di conflitto. Le caratteristiche sono:

- **intenzionalità**: Gli atti di bullismo sono intenzionali; il bullo agisce con l'intenzione e lo scopo preciso di dominare sull'altra persona, di offenderla e di causarle danni o disagi;
- **asimmetria nella relazione**: La relazione tra bullo e vittima è di tipo asimmetrico; ciò significa che c'è una disuguaglianza di forza e di potere, per cui uno dei due prevarica sempre e l'altro subisce sempre, senza riuscire a difendersi;
- **persistenza nel tempo**: sebbene anche un singolo fatto grave possa essere considerato una forma di bullismo, di solito gli episodi sono ripetuti nel tempo e si verificano con una frequenza piuttosto elevata (Olweus, 1996).

Esistono diversi tipi di bullismo, che si dividono principalmente in bullismo diretto e bullismo indiretto (Sharp e Smith, 1994). Il *bullismo diretto* è caratterizzato da una relazione diretta tra vittima e persecutore e a sua volta può essere catalogato come:

- bullismo fisico: il bullo colpisce la vittima con colpi, calci o spintoni, può appropriarsi dei suoi oggetti o molestarla sessualmente;
- bullismo verbale: il bullo prende in giro la vittima, dicendole frequentemente cose cattive e spiacevoli o chiamandola con nomi offensivi o minacciandola.

Il *bullismo indiretto o psicologico*, invece, è meno visibile di quello diretto, ma non per questo meno dannoso; tende a danneggiare la vittima nelle sue relazioni con le altre persone, escludendola e isolandola per mezzo soprattutto del bullismo verbale e quindi con pettegolezzi e calunnie sul suo conto. Si tratta di un fenomeno che riguarda sempre il gruppo e il suo funzionamento. Sulla base di queste definizioni relative al bullismo, il *bullismo elettronico* è stato definito da Smith e collaboratori (2006) come quella forma di prevaricazione volontaria e ripetuta nel tempo, attuata mediante uno strumento elettronico, perpetuata contro un singolo o un gruppo con l'obiettivo di ferire e mettere a disagio la vittima di tale comportamento, che non riesce a difendersi. Gli stessi autori suddividono il fenomeno in sette categorie in relazione agli strumenti di comunicazione utilizzati:

- 1) sms: l'invio e la ricezione di messaggi testuali offensivi e diffamatori attraverso il telefono cellulare;
- 2) mms: l'invio e la ricezione di materiale multimediale (foto/video) recante danno a terze persone;
- 3) calls: l'invio e la ricezione di chiamate diffamatorie, in cui l'aggressore intimidisce la vittima con minacce e insulti;
- 4) e-mail: l'invio di mail contenenti insulti, minacce, offese e diffamazioni;
- 5) chatrooms: intimidazioni e offese in chat;
- 6) instant message: insulti e offese tramite sistemi di comunicazione istantanea (come MSN, Yahoo, Skype etc.);

- 7) websites: la rivelazione di informazioni personali o la divulgazione di immagini e video compromettenti (per la vittima) attraverso siti internet.

Altri autori hanno obiettato questa classificazione a causa della sovrapposizione che può esistere tra i diversi strumenti utilizzati, ad esempio l'uso dei telefonini cellulari con i quali è possibile connettersi a Internet dimostra come sia possibile mettere in atto comportamenti che coinvolgono più strumenti. Nancy Willard, direttrice del *Center for Safe and Responsible Internet Use* negli USA, ritiene che il bullismo online sia un discorso "diffamatorio, che contiene bullismo, molestia, o discriminazione, rivela informazioni personali, o include commenti offensivi, volgari o critici" (Willard, 2003, p.66). La Willard (2007) ha proposto una tassonomia alternativa del fenomeno, centrata non sugli strumenti utilizzati ma sul tipo di azione e di comportamento perpetrato. Le categorie di cyberbullismo che la Willard propone sono:

Flaming:

Joe e Alec hanno avuto una discussione online su un incidente che si è verificato a scuola. Ogni messaggio era sempre più offensivo e volgare. Nell'ultimo scambio di messaggi, Joe avverte Alec di guardarsi bene le spalle a scuola, il giorno successivo (Willard, 2007).

Un **flame** (termine inglese che significa "fiamma") è un messaggio elettronico deliberatamente ostile, violento e provocatorio inviato tra due o più protagonisti, allo scopo di suscitare conflitti verbali all'interno della rete, in particolar modo in forum di discussione, chat room o giochi. Una lunga serie di questi tipi di messaggi è chiamata "flame war". I vari utenti, dunque, discutono e si insultano a vicenda, con gli astanti che di tanto in tanto cercano di domare le fiamme e si differenziano per il grado in cui essi sostengono, incoraggiano o non consentono il flaming. In alcuni contesti, i nuovi utenti che commettono errori innocenti sono considerati bersaglio di flaming; a volte, le persone si impegnano in quello che viene chiamato "baiting", ovvero inviare messaggi con l'intento di creare un nuovo argomento in rete.

***Harassment* (Molestie):**

Joanne vide a scuola alcuni episodi di bullismo da parte di alcune ragazze nei confronti di Jessica e li comunicò agli insegnanti. Dopo un po' di tempo, Joanne tornata a casa da scuola, trovò 35 messaggi offensivi nella sua casella di posta elettronica e altri messaggi sul suo telefono cellulare ancora più furiosi. Molti di questi messaggi erano anonimi. Alcuni di essi sembravano provenire da sconosciuti che vivevano in altre parti della città (Willard, 2007).

Caratteristica di questa tipologia di cyberbullismo sono le molestie, ossia l'invio di messaggi offensivi e sgradevoli, persistenti e ripetuti, diretti verso una persona specifica, che possono causare disagio emotivo e psichico. Come nel bullismo tradizionale, si viene a creare una relazione sbilanciata, nella quale la vittima subisce passivamente le molestie, o al massimo tenta, generalmente senza successo, di convincere il persecutore a porre fine alle aggressioni. I messaggi molesti sono generalmente inviati attraverso i canali di comunicazione personali, tra cui posta elettronica, l'istant messaging e i messaggi di testo; però, possono anche manifestarsi in contesti di comunicazione pubblici. Ciò che caratterizza le molestie è il carattere della ripetizione, infatti, hanno una durata più lunga di un "flame war". Il danno inflitto dalle molestie è principalmente unilaterale: è il cyberbullo che invia messaggi offensivi verso un bersaglio. L'unilateralità è un altro fattore che distingue le molestie dal flaming.

Denigration (Denigrazione):

Alcuni studenti sconosciuti delle scuole medie crearono un sito web tutto su Raymond. Su questo sito pubblicarono varie storie e scherzi fatti a Raymond. Posero, poi, delle domande sulla sua vita sessuale. Invitarono chiunque a visitare il sito per inviare i propri commenti, il quale aveva, inoltre, un collegamento e-mail in modo che le persone avrebbero anche potuto inviare commenti direttamente a Raymond (Willard, 2007).

Per denigration si intende l'insultare o diffamare qualcuno online attraverso dicerie, pettegolezzi e menzogne, solitamente di tipo offensivo e crudele, volte a danneggiare la reputazione di una persona e i suoi rapporti. Una specifica sottocategoria di denigrazione è la pubblica affissione o l'invio di immagini digitali che sono state alterate digitalmente per presentare delle

immagini false, come ad esempio ponendo il volto di una persona su un'immagine di un corpo sessualmente esplicito presa altrove. La denigrazione è la forma di cyberbullismo più utilizzata dagli studenti nei confronti degli insegnanti. Per esempio, uno studente arrabbiato con un particolare insegnante o amministratore della scuola, può creare un sito web ridicolizzando questi ultimi.

Impersonation (Furto d'identità):

Sara osservò attentamente come Emma si connesse al suo account Internet della scuola e fu in grado di ricavare la sua password. Successivamente, Sara effettuò il login per conto di Emma e inviò un messaggio graffiante al fidanzato di Emma, Alex (Willard, 2007).

Caratteristica di questo fenomeno è che il persecutore si crea un'identità fittizia con il nome di un'altra persona nota, usando una sua foto, creando un nuovo profilo parallelo, fingendo di essere quella persona per poi parlare male di qualcuno, offendere, farsi raccontare cose. Può anche accadere che il soggetto intruso, se in possesso del nome utente e della password della vittima, invii dei messaggi, a nome di questa, ad un'altra persona, che non saprà che i messaggi che gli sono arrivati, non sono, in realtà, stati inviati dal proprio conoscente, ma da una terza persona che si è impossessata dell'identità. In certi casi il cyberbullo modifica la password della vittima, impedendogli così l'accesso alla propria mail o account. Questa forma di aggressione, può creare dei problemi, per esempio danneggiare la reputazione del vero proprietario dell'account, o addirittura metterlo in pericolo. Non di rado questi casi vedono coinvolti per lo più ex partner rancorosi.

Outing and Trickery:

Seduti intorno al computer con i suoi amici in un pigiama party venerdì sera, Judy chiese, "che vogliamo fare? che possiamo combinare?". Scelsero come vittima Sara, che aveva sempre cercato di inserirsi nel gruppo. Sara era online. Così Judy iniziò ad inviare a Sara degli instant messaging, con tutte le ragazze che le fornivano suggerimenti; per esempio, suggerivano: "Chiedile se le piace di più Jack o Nathan". Il lunedì successivo, le ragazze passarono la

giornata a scuola parlando dei messaggi che si erano scambiate con Sara (Willard, 2007).

La peculiarità di questo fenomeno risiede nell'intento di ingannare la vittima (trickery); il bullo tramite questa strategia entra prima in contatto con la vittima, scambiando con essa informazioni intime e/o private, e una volta ottenuta la fiducia della vittima, inoltra online i suoi segreti, informazioni scomode e imbarazzanti o immagini personali (outing). L'outing di un'immagine sessualmente suggestiva o esplicita può avvenire nel contesto di un rapporto d'amore fallito. Quando uno dei due cerca di svincolarsi da quel rapporto, l'altra parte può rispondere attraverso la distribuzione di comunicazioni private o immagini acquisite. Le minacce di outing si verificano soprattutto nel contesto del cyberstalking, per esempio: "Se tu non vuoi fare sesso con me, diffonderò quella foto che inviasti a me".

Exclusion (Esclusione):

Millie si sforza di adattarsi in un gruppo di ragazze a scuola. Poco tempo dopo riceve la proposta di uscire con il leader di questo gruppo. Dopodiché Millie sarà esclusa dalla lista di amici dell'instant messaging di tutte le ragazze (Willard, 2007).

L'Exclusion consiste nell'escludere intenzionalmente un altro utente dal proprio gruppo di amici, dalla chat o da un gioco interattivo. L'esclusione dal gruppo di amici è percepita come una grave offesa, che è in grado di ridurre la popolarità tra il gruppo dei pari e quindi anche un eventuale "potere" ricoperto all'interno della cerchia di amici.

Cyberstalking (o Cyber-persecuzione):

Quando Annie chiuse con il suo fidanzato, Sam, lui le inviava dei messaggi minacciosi. Annie bloccò il suo account di posta elettronica, ma Sam continuò ad inviarle sia e-mail che sms in anonimato. Sam inviò dei messaggi a persone che conosceva ed erano anche amici di Annie, descrivendola con un linguaggio offensivo. Inoltre, Sam coinvolse Annie in un gruppo di discussione a sfondo sessuale e postò una sua foto sessualmente suggestiva che Annie gli aveva inviato, insieme al suo indirizzo e-mail e numero di cellulare (Willard, 2007).

Il termine cyberstalking viene utilizzato per definire quei comportamenti che, attraverso l'uso delle nuove tecnologie, sono atti a perseguire le vittime con messaggi intimidatori contenenti minacce e offese, ed hanno lo scopo di infastidirle e molestarle distruggendo le loro amicizie e la loro reputazione, sino a commettere atti di aggressione molto più violenti, anche di tipo fisico. Si tratta di un insieme di condotte persistenti e persecutorie messe in atto con la rete o i cellulari. Il cyberstalker attraverso la rete può facilmente trovare informazioni relative al suo oggetto di interesse; basta un click del mouse o la battuta in una tastiera (si pensi ai social network come Facebook o Twitter) per trovarsi di fronte ad un potenziale di notizie e mezzi di controllo. Il molestatore virtuale invade la segretezza fisica e simbolica dello spazio dell'Altro, attraverso:

- una prossimità indesiderata attraverso il virtuale;
- una comunicazione indesiderata con i mezzi del Web;
- minacce (esplicite o implicite; verbali o scritte);
- una minaccia credibile (Fabbroni, Giusti, 2009).

Il cyberstalker è mosso da motivazioni che lo conducono ad aggiornare comportamenti disfunzionali attraverso la messa in atto di:

- Molestie sessuali;
- Ossessione per amore;
- La vendetta e l'odio.

Questi sono agiti che rinviano a precise e strutturate personalità individuali con alla base, a volte, vere e proprie psicopatologie.

La linea di demarcazione tra le molestie e il cyberstalking non è molto chiara. Un possibile indicatore è quando il bersaglio comincia a temere per la sua sicurezza, allora la linea di demarcazione viene superata. Il cyberstalking diretto si verifica quasi sempre in contesti di comunicazione personali; il molestatore molto spesso utilizza l'anonimato per la comunicazione, nel tentativo di nascondere la propria identità. Il cyberstalking indiretto comprende le comunicazioni inviate ad altri al fine di denigrare il bersaglio o coinvolgerlo in una situazione di pericolo. Lo stalking in rete, dunque, si sovrappone alla denigrazione e al furto d'identità. P. Bocjj (2003) è stato il primo a studiare la prevalenza e l'impatto del

cyberstalking. Questo studioso ha messo in rete un questionario che è servito per raccogliere i dati su un gruppo di intervistati tramite e-mail. Dallo studio è emerso che circa un terzo di intervistati potrebbero essere considerati vittime di cyberstalking. Lo studio suggerisce anche una serie di differenze tra il cyberstalking online ed offline; per esempio, la molestia online tende a svolgersi su un breve periodo di tempo differentemente dallo stalking offline, mentre le vittime online hanno meno probabilità di conoscere l'identità dei molestatori. Uno studio condotto da Aftab (2000) ha rilevato che il fenomeno cyberstalking è in aumento esponenziale e le donne, anziani e bambini sono i più probabili obiettivi; inoltre, un altro dato interessante è che anche le donne possono diventare dei cyberstalkers.

3.1. Le caratteristiche del cyberbullismo

La letteratura sul cyberbullismo, e quindi gli studi e le ricerche nate in questi ultimi anni hanno permesso di identificare alcune caratteristiche peculiari che distinguono il cyberbullismo dalle altre forme di bullismo tradizionale. Ai criteri tradizionali del fenomeno (intenzionalità, ripetitività, squilibrio di potere) si sono aggiunti alla spiegazione del cyberbullismo nuove caratteristiche (Nocentini *et al.*, 2010):

- **Anonimato del molestatore e difficile reperibilità:** protetto dal monitor di un computer, di un telefono cellulare o di un ipad, il cyberbullo può rivelare la propria identità, come potrebbe accadere con i messaggi ed i post via Facebook che hanno nome e cognome, o può muoversi tra le tecnologie rimanendo anonimo, protetto da un profilo fake (falso), da un avatar, o da un nickname. Se il cyberbullismo avviene via sms, messaggia istantanea o mail, o in un forum online privato, ad esempio, è più difficile identificarlo e rimediarvi. In realtà, questo anonimato è illusorio; ogni comunicazione elettronica lascia delle tracce, rintracciabili solo denunciando il fatto alle autorità competenti, in grado di risalire a colui o colei che pubblica foto o insulti su internet. Però per la vittima è difficile risalire da sola al molestatore;

- **Indebolimento delle remore etiche:** le due caratteristiche precedenti, abbinate con la possibilità di essere “un'altra persona” online (vedi i giochi di ruolo), possono indebolire le remore etiche; spesso la gente fa e dice online cose che non farebbe o direbbe nella vita reale. Questo tipo di comunicazione avviene in una situazione che viene definita di distanza sociale, cioè chi comunica non è a contatto diretto con l'interlocutore e ciò, secondo alcune ricerche e teorie psicologiche, potrebbe essere la causa di atti violenti e orribili.
- **Assenza di limiti spazio-temporali:** mentre il bullismo tradizionale avviene di solito in luoghi e momenti specifici (ad esempio in contesto scolastico), il cyberbullismo investe la vittima ogni volta che si collega al mezzo elettronico utilizzato dal cyberbullo, quindi, viene invasa la privacy della vittima, in ogni momento del giorno o della notte (Iannaccone, 2009).

3.2.Continuità e discontinuità tra bullismo tradizionale ed elettronico

Le caratteristiche del bullismo elettronico presentano alcuni elementi di continuità con il bullismo tradizionale, ma anche importanti elementi di discontinuità dati dalla peculiarità dei mezzi utilizzati per compiere l'atto di prevaricazione. Il bullismo digitale presenta nuove minacce per la vittima, sia quantitative che qualitative. Quantitativamente, la vittima è perennemente a rischio di bullismo, qualitativamente, come abbiamo già avuto modo di dire, ci sono numerose modalità attraverso le quali il cyberbullismo può avere luogo all'interno dell'ambiente informatico. Considerare, quindi, il bullismo elettronico come un'evoluzione del bullismo che si manifesta in ambiente “reale” è giustificato solo in parte. Una caratteristica importante relativa al cyberbullismo è quello della comunicazione. A differenza del bullismo tradizionale, detto anche faccia a faccia, la comunicazione nel bullismo elettronico è scritta e quindi asincrona, infatti, le persone non interagiscono tra loro in tempo reale. Questo vuol dire che, venendo meno tutti i feedback che sono presenti nella comunicazione del mondo reale, non solo la vittima ha difficoltà ad identificare il

possibile aggressore, perché anonimo, ma anche l'aggressore non ha la possibilità di comprendere il dolore, la frustrazione e l'umiliazione generata nei confronti della vittima, che avrebbero potuto attenuare i suoi comportamenti aggressivi. Come mostra la ricerca di Li (2007), un'alta percentuale di cybervittime non conosce l'identità del suo aggressore (40%), questa percentuale in altri studi risulta ancora più elevata, 50% (Kowalski e Limber, 2007). La percentuale cresce ulteriormente se si prendono in considerazione le aggressioni che avvengono solo tramite Internet come si dimostra nello studio di Ybarra e Mitchell (2004), nel quale emerge come il 69% delle vittime non conosce il suo aggressore nella vita reale, ma solo in quella virtuale. Se invece il bullismo elettronico è studiato nelle scuole, includendo le aggressioni elettroniche agite attraverso i cellulari, le percentuali di anonimato diminuiscono (22%) e spesso il bullo è un compagno di classe 20.7% o un coetaneo di un'altra classe parallela 28% (Smith *et al.*, 2008). Questi dati confermano come l'ambiente virtuale sia un luogo in cui i giovani sono meno portati ad inibire le loro emozioni, incluse quindi anche quelle negative (Erdur-Baker, 2009).

Una aspetto caratterizzante questa nuova modalità di bullismo, è la sua natura *permanente*. L'elemento della ripetizione nel tempo degli atti aggressivi perpetrati dal bullo, deve essere riconsiderato alla luce delle caratteristiche della comunicazione in ambiente virtuale. Un solo episodio, divulgato a migliaia di astanti, ad esempio attraverso Youtube, può arrecare un potenziale danno alla vittima anche senza la sua ripetizione nel tempo; il video o il post su un blog è sempre disponibile, può essere visto da migliaia di persone in tempi diversi. Il contenuto offensivo, per esempio di un MMS, divulgato da un bullo, può essere diffuso a cascata tra i riceventi, nella maggior parte dei casi non implicati nella relazione bullo-vittima. Per questo motivo, non è indispensabile che l'atto offensivo venga ripetuto dallo stesso aggressore nel tempo, e quindi, la ripetizione non sarebbe una caratteristica necessaria per poter definire un atto di bullismo elettronico secondo Kowalski e colleghi (2008), anche se questa tipologia di aggressione è sicuramente presente nel bullismo elettronico (è il caso del *cyberstalking*, ovvero l'invio di ripetute e-mail minatorie, telefonate o messaggi di

minaccia ecc.) (Raskauskas, Stoltz, 2007). Un altro aspetto che necessita di essere approfondito nel contesto elettronico è il richiamo allo *squilibrio di potere* tra il bullo e la vittima. L'analisi dei ruoli di bullo e di vittima, trasposta nel contesto del bullismo elettronico, riserva alcune sorprese. Il mezzo elettronico non necessita della forza fisica, come invece avviene negli episodi tipici di bullismo diretto, né di una intimidazione psicologica che deriva da una supremazia numerica o psicologica nei confronti della vittima. Proprio per questo, anche una sola persona, chiusa nella propria stanza e senza particolari doti fisiche, può compiere atti di bullismo su un numero illimitato di vittime con poche operazioni telematiche. Come sostengono Raskauskas e Stoltz (2007), la reale disparità di potere tra la vittima e il cyberbullo deriva dall'anonimato dietro cui si cela l'aggressore e quindi dall'impotenza e dall'impossibilità di fermare le aggressioni. Anche la dimensione *contestuale* e *temporale* in cui si verifica il bullismo (reale *versus* virtuale) suggerisce, secondo Wolak e collaboratori (2007) la necessità di distinguere tra bullismo tradizionale ed elettronico. Il bullismo tradizionale è stato ampiamente studiato e definito nel contesto scolastico, dove le relazioni sono quotidiane faccia a faccia e provocano un forte stress per la vittima. Le relazioni in Internet, invece, sono sia con persone conosciute che con estranei e le molestie possono essere perpetrate a lungo da parte di sconosciuti o essere isolate e non determinare un forte stress nella vittima. Dal punto di vista temporale, quindi, il bullismo tradizionale si riferisce principalmente alle ore scolastiche, mentre nel bullismo elettronico le aggressioni continuano anche a casa e nei week-end (Thomas, 2006). Infine, un altro aspetto da considerare legato all'atto aggressivo, è quello dell'*intenzionalità*. Nel bullismo tradizionale l'intenzionalità si legge immediatamente nelle azioni del bullo, nel bullismo elettronico la responsabilità può essere estesa e condivisa anche a chi "semplicemente" visiona un video e decide di dividerlo con altri. In Inghilterra, per esempio, c'è uno slogan efficace che descrive proprio questo aspetto, e recita così: "*Laugh of it and you are part of it*" (se ci ridi su sei responsabile anche tu). Recentemente alcune ricerche internazionali si sono focalizzate sulla compartecipazione agli atti aggressivi in rete, rilevando la responsabilità del gruppo nell'attuazione di tali atti.

Li (2006) ha rilevato che la maggior parte delle forme di bullismo elettronico include la diffusione di materiale online: diventa quindi molto importante “il farlo sapere al mondo” e il vasto pubblico di astanti (*bystanders*) è un elemento principe di questo fenomeno legato alle nuove tecnologie. L’astante, che frequenta i siti e fruisce delle immagini, diventa uno “strumento” fondamentale per lo scopo del cyberbullo, e assume un ruolo di responsabilità attiva nei confronti delle vittime, anche se, paradossalmente, spesso non le conosce affatto. Schematicamente, riportiamo le sostanziali differenze tra bullismo tradizionale e bullismo cibernetico:

Tabella 1: *Le differenze tra bullismo tradizionale e cyberbullismo*

Bullismo tradizionale	Cyberbullismo
I bulli di solito sono: studenti o compagni di classe (persone conosciute dalla vittima).	I cyberbulli sono: anonimi
I testimoni delle azioni di prepotenza e di aggressività sono solamente i membri di un determinato ambiente (scuola, parco giochi) e restano circoscritte da uno spazio	Il “materiale” usato dai cyberbulli può essere diffuso in tutto il mondo. Un commento o un’immagine o un video ‘postati’, possono essere potenzialmente in uso da milioni di persone.
Si riscontra un certo tipo di disinibizione sollecitata dalle dinamiche di gruppo.	Qui è presente un altro tipo di disinibizione: il bullo virtuale tende a fare ciò che non avrebbe coraggio di fare nella vita reale.
Il bullo tradizionale ha bisogno di dominare le relazioni interpersonali correlate con la visibilità e con il riconoscimento da parte del gruppo. Si tratta di norme sociali condivise che rappresentano anche l’identità del gruppo.	Il cyberbullo si approfitta della presunta invisibilità (ogni computer lascia le “impronte” che possono essere identificate dalla polizia postale) attraverso la quale ugualmente esprimere il proprio potere e dominio.

<p>Si osserva una chiara presenza di feedback tra la vittima e il suo oppressore, alla quale non presta sufficientemente attenzione</p> <p>(consapevolezza cognitiva ma non emotiva)</p>	<p>Il bullo virtuale, invece, non vede le conseguenze delle proprie azioni, e proprio questo può ostacolare in lui la comprensione empatica della sofferenza provata dalla vittima.</p>
<p>Si può riscontrare piuttosto facilmente la deresponsabilizzazione, minimizzazione, attribuzione di colpa alla vittima da parte di chi commette le prepotenze: “Non è colpa mia, è uno scherzo”.</p>	<p>Nel cyberbullismo si possono rilevare anche processi di depersonalizzazione, dove le conseguenze delle proprie azioni vanno prescritte agli <i>avatar</i></p> <p>o alle identità alterate utilizzate online.</p>
<p>Nel bullismo tradizionale sono solo i bulli ad eseguire i comportamenti aggressivi, la vittima raramente reagisce al bullo. Se reagisce (i così detti ‘bulli/vittime’) lo fa nei confronti di qualcuno percepito come più debole.</p>	<p>Nel bullismo virtuale, anche la vittima che è tale nella vita reale o non gode di un alta popolarità a livello sociale, può diventare un cyberbullo, anche nei confronti dello stesso bullo “tradizionale”.</p>
<p>Nel bullismo tradizionale i testimoni sono tendenzialmente passivi o incoraggiano il bullo e raramente chiedono aiuto ad un adulto.</p>	<p>Nel caso di cyberbullismo gli spettatori possono essere passivi o attivi nel partecipare alle prepotenze virtuali. La stessa vittima non ne parla quasi mai con un adulto, per vergogna e per paura delle conseguenze (mancato accesso al computer).</p>

Fonte: Pisano-Saturno, 2008, 14.

3.3.Privacy sui social media: rischio bullismo elettronico

Gli atti di bullismo elettronico si manifestano nella maggior parte dei casi attraverso le piattaforme sociali, ovvero i social network. Questo perché il Web

2.0, con la possibilità di creare e condividere milioni di contenuti, ha introdotto nel cyberspazio una grande quantità di dati e informazioni personali. Le informazioni spaziano dai dati anagrafici, ai gusti, alle attività preferite, ai luoghi visitati. Ciò è dato dal fatto che quasi tutti i social network applicano politiche di accesso ai dati personali piuttosto “morbide”, che consentono ai propri inserzionisti, e non solo a loro, di raccogliere migliaia di dati sui propri utenti. Infatti, in molti casi, basta inserire nome e cognome in un motore di ricerca o in un social network, per scoprire le opinioni di una persona, le sue relazioni sentimentali e lavorative, le sue attività quotidiane, ecc. Il risultato è il paradosso dei social media: se da un lato, possiamo più facilmente cambiare e modellare la nostra identità virtuale, è anche vero che, seguendo le tracce lasciate dalle diverse identità virtuali, è più facile per altri ricostruire la propria identità reale, questo perché, l’inserimento dei propri dati, dei propri commenti, delle proprie foto in un social network costruisce una memoria storica della propria attività e personalità che non scompare anche quando il soggetto lo vorrebbe (Riva, 2010). La legge sulla protezione dei dati, pur aiutando a prevenire l’abuso di dati personali, non offre una protezione sufficiente. È quindi necessario gestire in modo più consapevole i propri dati in Internet e specialmente sui social network è importante attivare l’opzione «sfera privata» per proteggere il proprio profilo. Infatti, come mostra lo studio JAMES (2010) il 39% degli adolescenti ha già trovato in Internet foto o filmati che li riguardano, messi in circolazione senza il loro consenso.

Privacy su Facebook

Nel caso di Facebook, è suo interesse principale fare in modo che ogni utente sia incoraggiato a rendere quanto più pubbliche possibili le proprie informazioni, poiché le stesse generano un maggior numero di interazioni e coinvolgimento. Sta all’utente opporre resistenza a tali “inviti” insiti nelle dinamiche di Facebook contrapponendo all’apertura la necessaria consapevolezza sulle regole del gioco. L’utilizzo di questo strumento di comunicazione presenta molti rischi per la riservatezza dell’utente:

- nel momento in cui ci si iscrive a Facebook, automaticamente e senza il previo consenso dell'utente, il nome di quest'ultimo viene indicizzato sui motori di ricerca estranei al network così che i suoi dati e la sua immagine sono esposti e visibili a qualsiasi soggetto terzo (anche non iscritto alla community);
- quanto al diritto alla cancellazione, l'utente non è messo nelle condizioni di poter facilmente recedere dal servizio in quanto sulla pagina principale non è riportata alcuna indicazione in merito ma solo accedendo all'interno dell'area "impostazioni" è possibile cancellare l'*account*. Inoltre, tutte le informazioni, le immagini e i dati personali non vengono immediatamente rimossi ma restano sul *server* per un periodo di tempo indeterminato (per un eventuale riaccesso al network da parte dell'utente "pentito"), contrariamente a quanto richiesto dall'utente.

Su Facebook il bullismo elettronico si manifesta spesso tramite messaggi privati minacciosi, commenti o post pubblici diffamatori, foto e video offensivi, ma anche attraverso il furto d'identità per poter parlare male di una persona diffondendo notizie false. Come se non bastasse, dall'account di Facebook è possibile ora scaricare un tipo di applicazione anti-social, *HateWithFriends*²⁰, con cui si ha la possibilità di sapere chi ci è amico e chi nemico. Quando si fa il login al sito con il proprio account Facebook, viene mostrata una lista di amici con accanto il pulsantino "lo odio/la odio" sotto la foto. Se il tastino si "flagga" e lo stesso fa l'altra persona, verrà inviata una email ad entrambi di "odio corrisposto"; in tal caso bisognerà scegliere se cancellarsi reciprocamente dalla lista degli amici oppure spedirsi un dono virtuale. Seppur da un lato, questa applicazione consente di scoprire, magari dopo tanti anni, un falso amico, dall'altro lato, non si può che essere molto scettici sulla sua efficacia, perché non farebbe altro che alimentare odio e rancore, diventando una possibile causa di cyberbullismo.

Il cyberbullo, sia esso conosciuto o sconosciuto, vuole distruggere la privacy di una persona, offendere, molestare senza limite e, come molto spesso accade, queste offese diventano quotidiane, ripetitive, tanto da generare in chi le

²⁰ www.hatewithfriends.com.

riceve una profonda depressione che può condurre a gesti estremi, come nel caso della giovanissima Amanda Todd, morta suicida il 10 ottobre 2012, per essere stata insultata su Facebook. Da un lato, gli stessi utenti dei social network, nella maggior parte dei casi, sono all'oscuro delle modalità che si possono utilizzare per tutelare e garantire la propria privacy e, per questo motivo, possono essere più facilmente prede di minacce o insulti; dall'altro lato, come mostra una ricerca svolta in Italia da Castelvechi e Fabris (2008) su un campione di 500 soggetti, la maggior parte degli utenti dei nuovi media (57%) considera la privacy non un diritto ma una minaccia alla libera conoscenza ed è disposto a divulgare dati personali senza troppi problemi. L'impostazione più sicura su Facebook, è quella in cui tutte le informazioni del proprio profilo siano visualizzabili solo dagli amici (e non dagli amici degli amici). È ovvio che, se le proprie informazioni personali sono visibili a tutti nel proprio profilo (in questo caso parliamo di un profilo pubblico), queste possono essere facilmente reperibili anche dai non amici. Negli ultimi anni, sembra che il social network blu si stia attrezzando in tema di privacy, probabilmente anche a causa dei vari casi di bullismo elettronico che si sono verificati. Affinché l'utente, e quindi la potenziale vittima, possa proteggersi e difendersi da possibili atti di molestie, messaggi con contenuti violenti, pornografici o offensivi, basterebbe, molto semplicemente, cliccare sull'icona del lucchetto della Home di Facebook ed impostare in maniera più adeguata la privacy, modificando queste diverse voci: "*chi può vedere le mie cose*", in questo caso si può scegliere se rendere pubblico a tutti il proprio profilo, farlo vedere solo agli amici, personalizzarlo o renderlo visibile solo a se stessi, "*chi può contattarmi*", ovvero chi può inviarci richieste di amicizia, ed infine, "*chi può cercarmi*", ovvero chi può cercarci utilizzando l'indirizzo e-mail o il numero di telefono che abbiamo fornito. Una misura estrema, in tema di privacy, è la sezione "gestisci i blocchi"; la persona che viene bloccata, non potrà assolutamente più vedere i post che vengono pubblicati sul proprio diario, né può invitarci agli eventi o ai gruppi, né avviare una conversazione, né aggiungerci come amici, né tanto meno vedere le foto e commentare. Inoltre, a maggio di quest'anno, dopo 3 anni di lavoro insieme allo Yale Center for Emotional Intelligence, Facebook ha

lanciato ufficialmente anche in Italia l'iniziativa promossa insieme a Save The Children e al Telefono Azzurro, ovvero la piattaforma di prevenzione contro il bullismo. La piattaforma, *“Fermiamo il bullismo. Presentazione di strumenti, suggerimenti e programmi per aiutare le persone a difendere se stesse e gli altri”*,

si rivolge a diverse tipologie di persone; infatti, è rivolta, non solo ai giovani, sia essi vittime che autori di gesti di bullismo, ma anche agli adulti (genitori e insegnanti), i quali potranno trovare informazioni utili su come utilizzare Facebook in modo sicuro e consapevole, nonché suggerimenti concreti per affrontare e instaurare conversazioni che vertono su temi difficili, come il bullismo appunto. Ogni utente che su Facebook segnalerà eventuali casi di bullismo, verrà indirizzato alla piattaforma e, attingendo dalle informazioni date a seconda del caso di riferimento, potrà avere una visione più chiara e sicura sulle misure da prendere per affrontare la situazione.

Un fenomeno molto interessante e nello stesso momento preoccupante che negli ultimi mesi sta spopolando su Facebook è Spotted.

Spotted (tradotto in inglese “adocchiato”) è la nuova moda diffusa da circa due anni in Europa e negli altri Paesi e arrivata l'anno scorso in Italia. Nel 2010 venne creato un sito, FitFinder, da uno studente dell'università di Londra, Rich Martell, dove lui e i suoi amici potessero scrivere anonimamente commenti sulle ragazze dell'Università. In meno di due mesi arrivò ad avere 250mila utenti, ma il sito non ebbe lunga vita dato che troppi lamentavano la mancanza di tranquillità e di privacy, così dopo reclami e proteste fu chiuso in meno di tre mesi dalla nascita. Ma nonostante ciò, visto che l'idea era buona, sono state create migliaia di pagine su Facebook chiamate appunto “Spotted” (per esempio, Spotted: UNINA²¹) relative a università, scuole superiori, città o luoghi particolarmente frequentati. All'interno di queste pagine, infatti, gli utenti iscritti al social network, possono esprimere commenti o pareri sugli altri utenti dell'ambiente, senza svelare la propria identità, ma rimanendo al contrario del tutto anonimi. Ma, l'anonimato, è sempre un'arma a doppio taglio; questo perché, se da un lato le pagine Spotted proteggono chi denuncia soprusi, dall'altro lato, coprono chi i

²¹ www.facebook.com/SpottedUnina.

soprusi li commette. Il pericolo è che queste bacheche diventino habitat naturali per i cyberbulli. All'estero prima, in Italia poi, diverse pagine sono state chiuse a causa di post ingiuriosi, misogini e razzisti, profondamente offensivi, diretti a compaesani, compagni di scuola, insegnanti e negozi. Dato per certo che le offese razziste e sessiste sono sempre sbagliate e da punire, in ogni contesto, l'ulteriore rischio per gli adolescenti è il cyberbullismo, soprattutto perché le pagine Spotted essendo utilizzate dalle scuole, potrebbero trasformarsi in un incubo per alcuni ragazzi presi di mira. Per ogni pagina Spotted che viene creata, c'è un admin che la gestisce, quindi una volta inviato il messaggio privato alla pagina di proprio interesse, bisogna aspettare la pubblicazione del post. Proprio per questo, chi amministra queste pagine dovrebbe scegliere di non infierire e di non scherzare su cose che potrebbero offendere, selezionando i post da pubblicare, in modo da salvaguardare la privacy di se stesso e quella dei membri della comunità virtuale dall'eccesso, ma purtroppo non sempre ciò accade.

Privacy su Twitter

Per quanto riguarda invece Twitter e la privacy, la questione è diversa rispetto a Facebook. Generalmente tutti gli utenti rendono i loro tweet accessibili a tutti, questo perché, in realtà, è una tra le caratteristiche principali del social. Ciò, però, può comportare dei rischi: essendo il messaggio postato su Twitter davvero pubblico, possono accedervi terzi che non si conoscono, motori di ricerca come Google, e quindi il post viene diffuso attraverso il Web associato al proprio nome. Al giorno d'oggi, spesso molte aziende prima di assumere un candidato per un posto di lavoro analizzano a fondo la sua attività sul Web e, a volte, come succede per Facebook, anche per Twitter qualche tweet sconveniente può rovinare l'immagine con il futuro capo. Ma a parte questo, anche su Twitter si può arrivare a casi estremi come le minacce di morte verso le persone. L'ultimo caso è proprio recentissimo: le sostenitrici di un noto gruppo musicale, non hanno esitato a lanciare messaggi offensivi e minacce di morte ad un'altra ragazza, "colpevole" di essere uscita con uno dei ragazzi di questa band in un locale londinese. Per poter salvaguardare la propria privacy bisognerebbe consentire l'accesso dei propri tweet solo agli utenti autorizzati, spuntando la

casella “Protezione dei messaggi” all’interno del proprio account. In questo modo tutti i messaggi verranno eliminati dall’indicizzazione dei motori di ricerca.

Privacy su Ask.fm

Il social network Ask.fm è quello che maggiormente mette a rischio la privacy degli adolescenti, anche perché è utilizzato soprattutto da loro. A metà del 2013 vari quotidiani internazionali hanno posto l'attenzione sul problema del bullismo all'interno del sito. Tale fenomeno è accentuato dal fatto che le domande poste sui profili degli altri utenti si presentano, quasi sempre, in forma anonima; dunque, per chi utilizza il sito non è possibile risalire all'identità di chi pone tali domande. Nonostante il profilo su Ask sia sempre pubblico, si può comunque privatizzare la modalità di ricezione delle domande, quindi, si potrebbe evitare di ricevere domande anonime selezionando l'opzione “non consentire domande anonime”, ma questo, nella pratica, non avviene quasi mai. Questo perché, è proprio la possibilità di fare domande coperti dall’anonimato che attrae gli adolescenti. È possibile però bloccare un utente anonimo impedendogli di fare altre domande, anche se non si può impedire che visiti il proprio profilo, che legga le domande che vengono fatte e le risposte che si danno. Qualche mese fa, è stata condotta un’indagine «Generazione Proteo. Giovani italiani: solisti fuoriclasse» da parte del laboratorio di Ricerca Socio Economica della Link Campus University di Roma in relazione all'utilizzo di Ask.fm. Questa ricerca è stata realizzata intervistando un campione di 2.500 ragazzi iscritti al quarto e al quinto anno delle scuole superiori delle città italiane (Roma, Napoli, Genova, Torino, Catania, Latina e Gela). Dai risultati è emerso che Ask.fm è ritenuto pericoloso dalla metà dei ragazzi (dai 17 ai 19 anni), ma il 14% lo utilizza comunque e nel 10 % dei casi per offendere. Inoltre, il 10,5% dei ragazzi intervistati ha dichiarato di aver subito offese anonime sul social. Ask.fm è stato definito pericoloso soprattutto perché, negli ultimi tempi, è stato al centro di alcune storie tristi che hanno interessato alcune ragazze, le quali dopo aver subito per lungo tempo una serie di offese, insulti e minacce, hanno deciso di mettere fine alla propria vita. Come, per esempio, il caso di Hannah Smith di Leicestershire, suicidatasi nell’agosto 2013, dove all’epoca dei fatti il premier inglese David Cameron,

aveva già chiesto la chiusura del sito, o il recente caso di “Amnesia” (nickname utilizzato dalla ragazza) di Cittadella, che nel febbraio di quest’anno si è gettata da un albergo in disuso. Ora, anche in Italia, si stanno levando voci per la chiusura del sito, tanto che Ask.fm pare abbia deciso di adottare una serie di provvedimenti nella sua online safety policy, destinati a prevenire i fenomeni di bullismo digitale.

Privacy in Whatsapp

Come abbiamo già ricordato, anche l’applicazione per smartphone, Whatsapp, è molto in voga tra i ragazzi, e per questo un possibile mezzo di comunicazione da utilizzare per commettere atti di bullismo elettronico. Su Whatsapp è possibile inviare immagini, video e note audio con una certa facilità mentre si sta chattando con un amico. Attualmente Whatsapp in tema di privacy non è ben equipaggiata, perché, per esempio, non permette di collegarsi al servizio e risultare invisibili ai propri contatti, a differenza di Facebook. Questo però non significa che non si possa fare nulla per fermare i molestatori. Un’ipotetica vittima potrebbe bloccare momentaneamente le persone più minacciose o petulanti. In questo modo, al presunto persecutore non viene impedito di vedere la vittima online, ma sicuramente non potrà inviare messaggi per il periodo di tempo in cui viene tenuto in una lista nera.

Privacy in Instagram

Per quanto riguarda Instagram, in genere, tutto ciò che si posta su questa applicazione è visibile a tutti gli utenti, sia amici che non amici, questo perché, nella stragrande maggioranza dei casi, il profilo viene lasciato pubblico.

Ma anche su Instagram è possibile assicurarsi che i propri contenuti restino disponibili solo per chi si vuole ed evitare di essere oggetto di offese e minacce e che le proprie foto vengano diffuse per fini pedopornografici, modificando alcune impostazioni all’interno del profilo in modo tale che i post risultino privati. Questa operazione fa in modo che per seguire una persona, gli altri utenti debbano chiedere l’autorizzazione. Chi è già amico/follower resterà tale senza dover inviare nessuna richiesta. Inoltre, la sua nuova funzionalità, Instagram Direct, permette di condividere in privato le foto, per inviarle a un amico o un gruppo ristretto di

persone, senza bisogno di pubblicarle nel flusso generale per tutti i followers. In casi estremi è possibile anche bloccare un follower che dia fastidio ripetutamente.

Dopo i recenti casi di suicidio dei giovanissimi che si sono sentiti violati sul web, il Miur e l'Autorità Garante per i dati personali, in occasione della Giornata Europea della Privacy, hanno lanciato una nuova campagna informativa *Connetti la testa* sull'uso appropriato e consapevole dei social network. Sul sito dell'Autorità Garante²² è, infatti, possibile scaricare un video per usare il web in modo sicuro e consapevole, un breve questionario *Mettiti in gioco* e un vademecum *Social network: attenzione agli effetti collaterali*, nel quale si spiega come tutelare la propria privacy ai tempi dei social network e come difendere la propria reputazione, l'ambiente di lavoro, gli amici e la famiglia da spiacevoli inconvenienti che potrebbero essere causati da un utilizzo incauto o improprio degli strumenti offerti dalle reti sociali. È necessario, quindi, cercare di garantire ai giovanissimi una navigazione in 'acque tranquille' con la consapevolezza, però, che la porta di accesso alle aberrazioni di Internet si potrà restringere sempre più ma non si riuscirà mai a chiudere del tutto: *"l'incontrollabilità è l'essenza stessa del web"*.

4. Cosa dice la Norma: l'im maturità e l'imputabilità dei minorenni

Nel sistema ordinamentale italiano il minore di quattordici anni non è imputabile (art. 97 c.p.) e quindi non può essere chiamato a rispondere, con l'applicazione delle normali norme di natura sostanziale e processuale, di fatti da lui commessi che costituiscano eventuali ipotesi di reato. Sostanzialmente si ritiene che la presunta immaturità derivante dalla giovane età del soggetto costituisca un fattore di esonero dalla responsabilità penale per la consumazione di condotte devianti. Sul piano della letteratura e del dibattito politico in generale, anche di respiro internazionale, occorre ricordare come numerose siano le sollecitazioni per abbassare la soglia anagrafica della "immaturità legale" (12 anni) e quindi della imputabilità, e ciò sulla base della considerazione che gli adolescenti di oggi abbiano sviluppato una maggiore capacità della percezione

²² www.garanteprivacy.it/connettilatesta

delle loro scelte rispetto ai loro coetanei di qualche tempo fa, laddove la comunicazione e le interazioni fra soggetti erano certamente più generiche e superficiali. Il minore di anni diciotto è invece imputabile (art. 98 c.p.) e l'imputabilità va giudicata caso per caso, in concreto ed in relazione al fatto commesso. Il giudice dovrà dunque appurare la concreta capacità di intendere e di volere del minore di anni 18 al momento in cui ha commesso il fatto. In caso di mancanza di capacità di intendere e di volere il minore non è punibile. Invece, nel diverso caso in cui il minore di anni 18 è capace di intendere e di volere al momento della commissione del fatto viene considerato punibile, ma la pena è ridotta e si parla di semimputabilità. Se attualmente, non esiste nel nostro ordinamento giuridico un inquadramento normativo specifico in materia di bullismo perché considerato non penalmente rilevante, a maggior ragione non esiste per il cyberbullismo, perché solo recentemente i vari professionisti, psicologi, avvocati, sociologi, educatori, hanno iniziato ad occuparsene. Come il bullismo, lo stalking è una dinamica comportamentale divenuta oggetto di attenzione solo da qualche anno nella nostra società. Prima della legge sullo stalking del 25 febbraio 2009 (art. 612 bis c. p. "atti persecutori"), quello che era palesemente un disegno criminoso uniforme, doveva giuridicamente essere scomposto nei singoli atti, ognuno indipendente dall'altro, limiti che sono parsi evidenti nel corso del tempo. Con l'introduzione dell'art. 612 bis c.p. ricadono nell'area della punibilità del delitto di atti persecutori tutte le molestie e minacce attuate con il mezzo del telefono o tramite internet (c.d. cyberstalking). Non tutte le condotte di incursioni telematiche sono suscettibili di essere ricondotte nel delitto di atti persecutori, ma solo quelle che costituiscono «minacce» e «molestie» dirette verso la persona offesa, così come espressamente voluto dall'articolo. Meno di un anno fa, il disegno di legge del 14 agosto 2013 n. 93, ha introdotto ulteriori modifiche all'art. 612 bis, per punire atti di cyberstalking, diventando una forma aggravata di stalking, specificando che chi ama questo genere di divertimento, quali le persecutorie diffamazioni online, rischia ora dai 6 mesi fino a 4 anni di reclusione, con aggravamenti di pena se il reato viene commesso da un coniuge o da un individuo legato sentimentalmente alla vittima.

Anche se le modifiche all'art. 612 c. p. (minacce) sono pensate più come risolutorie dei fenomeni di stalking, non di meno esse si possono applicare anche ai casi di bullismo, specie considerando che le sue forme, se gravi, di fatto distruggono la qualità della vita della vittima. Tuttavia, al momento, il vuoto normativo in tema di bullismo e cyberbullismo viene colmato ricorrendo ad altri reati già esistenti (tra cui quello di stalking). I comportamenti posti in essere possono produrre conseguenze sia sul piano civilistico sia su quello penalistico. I reati che si possono configurare sono:

- percosse (art. 581 del codice penale);
- lesione personale (art. 582 del codice penale);
- ingiuria (art. 594 del codice penale);
- diffamazione (art. 595 del codice penale);
- violenza privata (art. 610 del codice penale);
- minaccia (art. 612 del codice penale);
- furto d'identità (art. 494 del codice penale);
- danneggiamento (art. 635 del codice penale);
- pubblicazioni oscene (art. 528 del codice penale);
- istigazione al suicidio (art. 580 del codice penale);
- abuso dell'immagine altrui (art. 10 del codice civile).

Se l'autore è un minore di età compresa tra i 14 e i 18 anni, si applicheranno le norme del processo penale minorile (ai sensi del Decreto del Presidente della Repubblica n. 448 del 22 settembre 1988). Per il minore che, nel momento in cui ha commesso il fatto, non aveva compiuto i 14 anni, non essendo imputabile per l'ordinamento giuridico del nostro Paese, possono essere adottate misure rieducative. Nel caso in cui il bullo/cyberbullo sia maggiorenne, la responsabilità è solo sua; se invece è minorenni, la responsabilità è anche degli insegnanti (che hanno il dovere di vigilare sui ragazzi), dell'amministrazione scolastica (che ha il dovere di controllare che sussista una vigilanza) e dei genitori (coloro che hanno il dovere di educare il ragazzo). Dall'inizio dell'anno si sta parlando di una possibile legge che potrebbe essere la conclusione dell'iter intrapreso dalla proposta presentata il 23 Aprile presso la sala delle Colonne della

Camera dei Deputati dalla sua ideatrice, la deputata Micaela Campana, che a maggio è stata discussa in Commissione Giustizia alla Camera. Precedentemente, già altre proposte di legge erano state presentate sulla materia. Anche se questa volta, nel testo di legge formulato, a spiccare è proprio la parte repressiva. La parte più positiva della legge è che per la prima volta sembra considerare assieme il fenomeno del bullismo e del cyberbullismo. Di fatto vuole introdurre una nuova fattispecie di reato, che però appare poco delineata perché sono citati atti che già rappresentano diversi reati. Campana, però, specifica che la volontà della legge non sarebbe quella di aumentare il numero di reati, ma solo *“definire un comportamento errato e giuridicamente rilevante compiuto in rete”*.

Questa proposta, spiega Micaela Campana, nasce per aprire un percorso nazionale, perché il bullismo e il cyberbullismo sono fenomeni dilaganti, ma ancora poco conosciuti; è un progetto che si origina dal basso, da un dialogo con studenti, insegnanti, genitori e associazioni. In particolare, il progetto definisce chiaramente sia il fenomeno del bullismo che del cyberbullismo precisando la punizione per chiunque sia artefice di tali atti *“cagionando un perdurante e grave stato di ansia o di paura ovvero ingenera un fondato timore per la propria incolumità”*. Pene con i conseguenti limiti per i minori di 18 anni e di 14 anni secondo quanto previsto dal Codice Penale. La proposta prevede anche che chi abbia procurato danni a una struttura scolastica sia chiamato a ripararli. Nel testo anche la possibilità per il dirigente scolastico, a conoscenza di atti di bullismo o cyberbullismo, di convocare una riunione con i soggetti coinvolti e uno psicologo e predisporre percorsi ad personam per l’assistenza alla vittima e la rieducazione al bullo. Nei casi più gravi il dirigente è tenuto infine a sporgere denuncia all’autorità giudiziaria. Alla presentazione della proposta erano presenti anche i ragazzi. In particolare gli alunni della Scuola Secondaria di Primo Grado di Caponago (Monza e Brianza). Non solo spettatori, ma anche protagonisti con un video, dal titolo #WEARE, creato da loro stessi per raccontare il cyberbullismo. Un video che recita *“Non siete soli! Aiutiamoci! Non state fermi a guardare! Basta!”*. Un invito a reagire al cyberbullo sia che si sia vittime che spettatori. Un invito all’educazione alla nuova cittadinanza digitale. Sicuramente Campana ha

ragione quando insiste sull'importanza di coinvolgere le scuole e di fare educazione, che rimane lo strumento principe per affrontare il tema del bullismo e del cyberbullismo. Ma più che di una nuova legge un simile sforzo avrebbe bisogno di un investimento concreto.

Secondo il Presidente della Camera, Laura Boldrini, gli strumenti di intervento devono essere diversi e complementari come una nuova legge e un'autoregolamentazione che faccia partecipare anche gli operatori che forniscono servizi in rete; infatti, l'8 gennaio è stata approvata, durante la riunione tecnica dedicata a combattere il cyberbullismo, la prima bozza del Codice di Autoregolamentazione per la prevenzione e il contrasto del fenomeno a cui hanno partecipato il Vice Ministro dello Sviluppo economico Antonio Catricalà, i rappresentanti delle Istituzioni (Mise, Agcom, Polizia postale e delle comunicazioni, Direzione Centrale della Polizia Criminale, Autorità per la privacy, Garante per l'infanzia e Comitato media e minori), delle Associazioni (Confindustria digitale, Assoprovider ecc.) e degli operatori (Google, Microsoft ecc.). Si tratta del primo caso di autoregolamentazione con lo scopo di contrastare il fenomeno del cyberbullismo, di promuovere un uso positivo della rete e di far conoscere, a chi ha meno strumenti di tutela, i meccanismi di sicurezza predisposti dagli stessi operatori del settore. Il Codice di autoregolamentazione, prevede che gli operatori, e in particolare coloro che operano nei servizi di social networking, si impegnino ad attivare appositi meccanismi di segnalazione di episodi di cyberbullismo; meccanismi che dovranno essere adeguatamente visibili all'interno della pagina visualizzata, semplici e diretti, in modo da consentire anche a bambini e adolescenti l'immediata segnalazione di situazioni a rischio e di pericolo. Gli operatori hanno convenuto che l'efficacia di questi meccanismi di segnalazione e di risposta sia l'unico strumento possibile di controllo del fenomeno, per evitare che le azioni di bullismo siano ripetute nel tempo, amplificando così gli effetti che la condotta del cyberbullo ha in rete sulla vittima.

5. Disinibizione online e disimpegno morale

È ormai noto come la comunicazione mediata dal computer possa facilitare l'insorgere di meccanismi di disinibizione. Il termine “*disinibizione*”, tra gli utilizzatori di computer, è stato spesso usato in maniera intercambiabile per indicare messaggi online violenti e volgari (Lea *et al.*, 1992). È stato confermato in numerose ricerche che questi tipi di messaggi ricorrono con una frequenza quattro volte maggiore rispetto a quella riscontrata nella comunicazione faccia a faccia (Dyer *et al.*, 1995). Prentice-Dunn e Rogers (1982) considerano la disinibizione come un prodotto di una ridotta coscienza di sé pubblica che porterebbe ad una minore preoccupazione per il giudizio degli altri; quindi, la disinibizione online non è definita come una manifestazione di messaggi violenti ma piuttosto come qualsiasi comportamento caratterizzato da una riduzione della preoccupazione per la presentazione di sé e il giudizio degli altri. Come abbiamo già avuto modo di dire, l'ambiente interattivo è caratterizzato dalla mancanza di relazioni faccia a faccia, e nella maggior parte dei casi, dall'anonimato. Per questo motivo, i segnali sociali sono facilmente rimossi: “non ci sono espressioni del volto che dicono che sei strano, nessuno scuote la testa per indicare che sei sciocco o ingenuo” (Young, 2000, p. 14). Questo atteggiamento delle persone in rete, può dipendere da quello che viene definito “effetto disinibitorio online” (Suler, 2004). La “disinibizione” online è una lama a doppio taglio, infatti, può manifestarsi in due direzioni opposte. Parliamo di “*disinibizione benigna*” quando le persone condividono vissuti personali, rivelano emozioni, desideri, paure, mostrando anche generosità e supporto all'altro; con “*disinibizione tossica*”, invece, si fa riferimento ad una comunicazione che assume connotati violenti e volgari e in cui si esprimono sentimenti di rabbia, di odio e di minaccia. Gli utenti possono anche visitare online siti con richiami alla violenza, al crimine e alla pornografia. Alcune azioni dovute ad una disinibizione benigna possono portare ad uno sviluppo e ad una migliore conoscenza di se stessi, all'elaborazione di problemi e alla scoperta di nuovi modi di essere, invece, i comportamenti disinibitori tossici possono semplicemente condurre ad una catarsi cieca, ovvero ad una esternalizzazione di bisogni che non portano a nessuna crescita personale. L'anonimato, sicuramente è uno dei fattori principali che conduce

all'abbassamento delle barriere psicologiche che bloccano una spontanea espressione dei sentimenti e dei bisogni. Quello che le persone dicono e fanno è come se non fosse direttamente collegato con il resto della loro vita: il loro sé online diviene un sé suddiviso in compartimenti. Nell'espressione di azioni devianti e ostili, per via di una sorta di sospensione dei processi cognitivi, morali e delle restrizioni del Super-Io, le persone riescono ad evitare di sentirsi responsabili per quei comportamenti. È come se convincessero sé stesse che i comportamenti che avvengono online non gli appartengono completamente. Disinibizione e anonimato possono, quindi, condurre un individuo a una più forte espressione dell'aggressività, ma anche a un processo di dissociazione tra la vita online e offline, tra l'identità reale e virtuale. Come sostiene Willard (2007), con l'espressione "Tu non mi puoi vedere, io non posso vederti", non è solo chi compie molestie online ad essere invisibile, ma lo è anche la vittima. Non c'è la possibilità di poter cogliere la frustrazione, la paura e l'umiliazione provati da chi subisce atti aggressivi, per questo motivo, la relazione vittima-aggressore assume connotati fortemente rischiosi.

A questo proposito, uno dei meccanismi che può portare alla disattivazione e all'indebolimento del controllo morale interno o della competenza auto-regolatoria è il "disimpegno morale" (Bandura, 1996), che sembra essere incentivato, dall'impossibilità di percepire le reazioni del ricevente. Questo costrutto è stato formulato dallo statunitense Albert Bandura nel 1986 e sarebbe caratterizzato da otto meccanismi psicologici che possono disattivare selettivamente il controllo morale e favorire/consentire una condotta antisociale. Tali meccanismi sono:

- *La giustificazione morale*: la condotta antisociale viene giustificata facendo appello a scopi altamente meritevoli;
- *L'etichettamento eufemistico*: l'azione viene ingentilita a parole, ricorrendo a eufemismi che le conferiscono uno status di maggiore tollerabilità (es. ho eliminato invece di ho ucciso, ho preso invece di ho rubato);

- *Il confronto vantaggioso*: riesce a far apparire una certa condotta meno grave, perché messa a confronto con altre ancora più riprovevoli;
- *Il dislocamento delle responsabilità*: se si manifesta su persone soprattutto autorevoli, è possibile ridurre la percezione del proprio coinvolgimento personale nell'azione repressibile;
- *La diffusione della responsabilità*: permette, estendendo ad altri la responsabilità delle proprie azioni, di attenuare la colpa individuale (se tutti sono responsabili, nessuno lo è veramente);
- *La distorsione delle conseguenze*: viene in parte o completamente svalutato l'effetto del danno subito dalla vittima a causa delle nostre azioni; ci si convince che le conseguenze sono del tutto irrilevanti o comunque meno gravi di quanto siano in realtà;
- *La deumanizzazione della vittima*: i destinatari delle vittime vengono completamente privati della loro dignità umana e sono ridotti al rango di oggetti o di esseri sub-umani, a tal punto da impedire ogni possibile immedesimazione, empatia o solidarietà;
- *L'attribuzione di colpa alla vittima*: si giunge a capovolgere la percezione della responsabilità dell'azione, che passa da chi procura il danno a chi lo riceve, nella convinzione che quest'ultimo si sia pienamente meritato l'offesa subita.

I meccanismi di “disimpegno morale” agiscono sulle condotte individuali, e alcuni di essi, come sostiene Genta (2009), interessano in modo molto significativo la comunicazione elettronica e l'uso di Internet: ad esempio, la *giustificazione morale* basata sulle buone intenzioni (non era “niente di offensivo”) la *minimizzazione* della prepotenza unita al *confronto vantaggioso*, ben noto in situazioni di bullismo elettronico (“non avevamo sparso in giro la foto, in classe l'avevano solo cinque”) e la *non consapevolezza* della portata dell'azione (“qualcosa solo per farci ridere e basta”). Anche il *dislocamento della responsabilità* compare molto spesso; la vittima viene descritta in modo tale da cercare la complicità con chi ascolta (“è la tipica compagna riservata, timida e le avevamo fatto una foto in cui lei aveva un'espressione strana”). Nelle relazioni

agite tramite Internet, la mediazione della “macchina” opera un forte distanziamento fisico e psicologico tra gli individui in relazione, e specificamente nel bullismo elettronico, tra chi agisce una aggressione e chi ne è vittima. Uno dei meccanismi più potenti di amplificazione dell’aggressività verso il proprio simile, sembra essere il processo di *de-personalizzazione* e di *de-umanizzazione*, intesi come l’annientamento delle caratteristiche individuali specifiche di ogni persona in favore della trasformazione dell’individuo in numero o in oggetto. Questo meccanismo può attenuare o annullare completamente ogni vissuto di empatia nella relazione con le vittime, amplificando gli atti di bullismo elettronico. Alcuni ricercatori (Detert, Trevino, Sweitzer, 2008) hanno rilevato una correlazione negativa tra i meccanismi di “disimpegno morale” e la caratteristica individuale dell’empatia. Questi ultimi hanno cercato di individuare le caratteristiche personali che possono predisporre al “disimpegno morale” rilevando che chi ha capacità empatiche maggiori ha anche una minore probabilità di mettere in atto il “disimpegno morale”; dall’altro lato, la messa in atto di meccanismi di “disimpegno morale” diminuisce la presenza di comportamenti prosociali nei confronti dei coetanei fin dall’età prescolare (Caprara, Pastorelli, Bandura, 1995). Paciello e collaboratori (2008) hanno inoltre rilevato che rimorso, senso di colpa e volontà di riparare sono presenti soprattutto in adolescenti che non mettono in atto i meccanismi di “disimpegno morale”, ed è stato visto nel bullismo tradizionale che i ragazzi bulli hanno alti livelli di “disimpegno morale” in particolare de-umanizzano le vittime e non provano sentimenti di dispiacere nei loro confronti (Menesini, Fonzi, Vannucci, 1999).

6. Gli attori coinvolti: il bullo, la vittima, il bullo/vittima e gli astanti

Un aspetto particolare della relazione tra bullismo tradizionale e bullismo elettronico è rappresentato dal coinvolgimento in diversi ruoli ricoperti dai protagonisti: bulli, vittime, bulli/vittime e astanti. Alcune ricerche sostengono che per alcuni/e ragazzi/e può non esserci una reale distinzione tra la versione online e offline del problema, mentre per altri, Internet può aver introdotto qualcosa di nuovo, per una crescente gravità delle aggressioni o per il coinvolgimento in

nuove dinamiche (Mitchell, Ybarra, Finkelhor, 2007). In una ricerca su 1388 adolescenti americani, Patchin e Hinduja (2006) rilevano che i ragazzi che dicono di essere stati bulli o vittime nelle dinamiche di bullismo tradizionale hanno una probabilità molto più alta (circa due volte e mezzo) degli altri adolescenti di essere rispettivamente bulli e vittime nel bullismo elettronico. Ciò fa pensare che esistono, allora, alcune caratteristiche che espongono i soggetti ad un rischio elevato di essere sia bulli che vittime in contesti plurimi. Questo dato è stato confermato da una ricerca canadese che ha coinvolto 177 studenti di 12-13 anni, e ha dimostrato come oltre il 30% dei bulli e delle vittime del bullismo tradizionale siano anche bulli e vittime del bullismo elettronico (Li, 2007). Tuttavia, esistono anche prove a favore dell'ipotesi di una trasposizione tra ruoli (bullo/vittima). Ybarra e Mitchell (2004), attraverso un loro studio, ci dicono che chi è stato vittima di bullismo offline può diventare aggressore online, invertendo il ruolo nei due contesti, probabilmente spinto dall'anonimato e dal desiderio di vendetta. Anche Raskauskas e Stoltz (2007) parlano di inversione dei ruoli, ma in una direzione opposta; le vittime di cyberbullismo sarebbero, con maggiore probabilità, bulli nel contesto tradizionale. Il progetto europeo DAPHNE II²³, seguendo l'ipotesi di continuità tra i ruoli assunti nel bullismo tradizionale ed elettronico, ha confermato una sovrapposizione significativa tra il ruolo di vittima nei due contesti: il 19,5% delle vittime di bullismo tradizionale ha dichiarato di aver subito anche bullismo elettronico; lo stesso trend si osserva anche per il ruolo di bullo: il 26,6% dei bulli tradizionali è bullo anche nel contesto virtuale. Il ruolo dell'*astante*, i soggetti che assistono alle vessazioni on line, non è stato molto spesso studiato nel processo di cyberbullismo (Coloroso, 2003), forse perché l'*astante* in un incidente di bullismo elettronico non può mai essere chiaramente definito e individuato. A differenza di quanto accade nel tradizionale bullismo nel quale sono quasi sempre presenti, incoraggiando e fomentando i comportamenti prevaricatori dei più forti, nel bullismo elettronico possono essere assenti,

²³ Daphne Programme II 2004-2008 (To prevent and combat violence against children, young people and women and to protect victims and groups at risk). Lo scopo del Programma è il supporto di organizzazioni che si occupano di sviluppare misure di indagine e strumenti di azione per prevenire e combattere tutte le forme di violenza verso i bambini, gli adolescenti e le donne.

presenti, conoscere la vittima o ignorare la sua identità. Se presenti, possono assumere una funzione *passiva* (si limitano a rilevare, nelle proprie e-mail, sms, chat, atti di cyberbullismo diretti ad altri) o *attiva* (viene scaricato il materiale, segnalato ad amici, commentato e votato), diventando, di fatto, dei gregari del cyberbullo o cyberbulli essi stessi. Il contributo attivo può essere fornito su sollecitazione del cyberbullo stesso, reclutamento volontario, oppure, su spinta autonoma, senza, cioè, aver ricevuto specifiche ed espresse richieste, reclutamento involontario (Pisano, Saturno, 2008). Willard (2007) ritiene che i cyberbystanders svolgono un ruolo importante nella prevenzione di atti di bullismo. La ricerca (Willard, 2007, p.4) mostra che il ruolo degli amici online, è un fattore determinante di come la vittima risponderà agli atti di aggressione. Se la vittima viene sostenuta dai suoi amici, è più probabile che si sentirà meno minacciata. Pertanto, “la forza degli astanti sarà una strategia chiave di prevenzione per scongiurare il cyberbullismo”. Insegnando loro a segnalare gli incidenti per gli altri, i cyberbystanders avranno gli strumenti per decidere quale ruolo desiderano giocare: gli astanti che fanno parte del problema o gli astanti che fanno parte della soluzione (Willard, 2007). I dati, dunque, mostrano come il bullismo elettronico condivida percorsi di rischio con il bullismo tradizionale, pur presentando però delle peculiarità. Il bullismo in rete sembra dare potere a chi, nella vita reale, si sente meno forte degli altri o è costretto a subire aggressioni senza poter reagire.

6.1.Profilo psicologico del cyberbullo e fattori di rischio/protezione

Sebbene non sia facile definire il profilo psicologico del cyberbullo, una cosa è sicuramente certa: la crudeltà adolescenziale si è spostata dagli ambienti scolastici, all’ambiente virtuale, più precisamente in “Internet”. Il cyberbullismo non è molto diverso dall’aggressività adolescenziale alla quale tutti siamo abituati, la differenza sta nel fatto che non sono i bambini a cambiare ma il medium attraverso il quale essa avviene (Shariff, Tracy, 2009). Diversi studi hanno dimostrato che i motivi del bullismo online sono rimasti più o meno gli stessi del bullismo tradizionale: il potere e il bisogno di dominare o sottomettere gli altri. Tuttavia, il profilo del cyberbullo sta cambiando. L’anonimato dà la possibilità

alle persone di mostrare aggressività e questo riguarda anche coloro che in genere non sono mai stati aggressivi. Il bullo non è solo il ragazzo più grande della scuola, e quindi più forte fisicamente, ma anche persone insospettabili, come i tipici “nerds”, la ragazza grassa della classe, il ragazzo tranquillo che non parla mai, e così via.

Aftab (2011) ritiene che la chiave per comprendere i bulli online, stia nel capire le motivazioni che stanno dietro le loro azioni. Attraverso il suo lavoro, ha identificato cinque tipi caratteristici di bulli online :

- *L'angelo vendicativo*: questi tipi di cyberbulli prendono di mira coloro che vengono vittimizzati da altre persone e corrono in loro aiuto. Non vengono considerati dei bulli veri e propri, ma difensori degli altri;
- *Gli affamati di potere e la rivincita dei nerds*: l'affamato di potere può essere paragonato al tipico bullo offline. Questi bulli vogliono sentirsi forti, ferire gli altri e seminare il terrore. Sono orgogliosi di quello che fanno e se le risposte degli altri non li soddisfano, aumentano la loro prepotenza in atti più cattivi. Questo si fonde con la vendetta dei nerds, perché l'affamato di potere rappresenta colui che è spesso vittima di bullismo in un ambiente scolastico regolare. Il nerd, essendo una persona tecnologicamente sveglia ed equipaggiata (Willard, 2007), può avere una chance di riscossa contro chi in passato lo ha colpito. Questi vengono considerati i tipi di bulli online più pericolosi;
- *Le ragazze perfide*: sono di solito un gruppo di ragazze alla ricerca di qualcosa da fare, per divertirsi a discapito degli altri;
- *Gli involontari*: non comprendono che le loro azioni possono essere percepiti come atti di cyberbullismo e si sentono male quando si rendono conto che hanno ferito gli altri.

Generalmente, quindi, il cyberbullo può essere descritto come un adolescente che vuole essere popolare, ricerca il divertimento o fugge dalla noia e pensa di ottenere il suo scopo attraverso atti di prepotenza nei confronti di chi è diverso da lui e dal suo gruppo di riferimento, rivolgendo attacchi sull'aspetto

fisico (anche contro ragazze molto carine), timidezza, disabilità, orientamento sessuale o etnia.

Tuttavia spesso si tratta di ragazzi che non si rendono conto di essere cyberbulli, bensì sono convinti di fare un semplice scherzo o un dispetto, forse pesante ma innocente, a chi ha fatto loro un presunto torto. Sono, quindi, degli individui con una personalità piuttosto dominante (rispetto agli altri), ai quali piace farsi “valere” con l'utilizzo della propria forza; possiedono un temperamento impulsivo che tende a manifestarsi facilmente sotto la pressione di diverse frustrazioni, per questo hanno degli atteggiamenti propensi più verso comportamenti violenti rispetto ad altri individui. Inoltre, hanno difficoltà nel seguire le regole, sono bravissimi nel parlare delle proprie capacità nelle situazioni difficili, particolarmente nei luoghi pubblici, ed infine, svolgono entrambi i tipi di aggressione, ovvero, sia di tipo proattivo che di tipo reattivo (Kowalski, Limber, Agatston, 2008). Come mostra anche la ricerca “I ragazzi e il cyberbullismo” realizzata da Ipsos per *Save the Children*²⁴, è facile attirare l'attenzione del cyberbullo se ci si veste in modo insolito, se si ha un colore della pelle diverso, ma anche se si è la più graziosa della classe. Nei criteri di elezione della vittima infatti la “diversità”, nelle sue varie declinazioni, gioca un ruolo non secondario: l'aspetto estetico (67%, con picchi del 77% tra le femmine dai 12 ai 14 anni), la timidezza (67%, che sale al 71% sempre per le ragazze preadolescenti), il supposto orientamento sessuale (56% che arriva al 62% per i preadolescenti maschi), l'essere non italiano (43%), l'abbigliamento non convenzionale (48%), la bellezza femminile che “spicca” nel gruppo (42%), e persino la disabilità (31%, che aumenta al 36% tra le femmine dai 12 ai 14) possono essere considerate dai cyberbulli come valide motivazioni per prendere di mira qualcuno. Di minore importanza, o almeno non abbastanza per attirare l'attenzione dei cyberbulli, sono invece considerati l'orientamento politico o religioso, causa di atti di bullismo rispettivamente per il 22 e il 20% dei ragazzi. In realtà i cyberbulli, sono quei soggetti che non hanno il coraggio di

²⁴ www.savethechildren.it

mettersi di fronte alla vittima, proprio per mancanza di empatia e compassione verso coloro che vengono vittimizzati, infatti, è molto più semplice essere nascosti, mantenere la propria invisibilità e anonimato garantendosi così, l'opportunità (a loro avviso) di rimanere 'intoccabili' (fino a un certo punto) e di colpire la vittima senza essere né visti e né scoperti (Petrone-Troiano, 2008, 86). Sono proprio tutti questi elementi, come la mancanza di empatia e compassione, il bisogno di dominio e potere e l'ostilità verso l'ambiente, che rappresentano dei fattori di rischio psicologico per il cyberbullo. Sebbene esistano delle correlazioni positive documentate tra relazioni adulto-bambino mediocri e comportamenti aggressivi nei bambini, quanto queste correlazioni influenzerebbero anche la condotta nell'ambiente cibernetico è ancora poco indagato. Nello studio di Ybarra e Mitchell (2004), sono state indagate le caratteristiche psicosociali dei giovani coinvolti in molestie online. Ai giovani intervistati (il 48% erano femmine e circa la metà avevano 15 anni o di più) è stato chiesto di dare alcune informazioni rispetto a tre aspetti della relazione con i propri genitori: la *vicinanza emotiva* (la fiducia dell'adulto nel bambino e la capacità di discutere i problemi con l'adulto quando il bambino si sente triste), il *monitoraggio* (la frequenza con cui l'adulto sa dove si trova il bambino e con chi trascorre il suo tempo), la *disciplina* (la frequenza con cui il bambino viene ripreso, gli vengono tolti privilegi e viene aggredito con urla). Dai dati ottenuti si evince che un modesto legame emozionale genitore-bambino è significativamente associato alla presenza di molestatore online (44%) e meno a non-molestatori (19%); inoltre, un monitoraggio insufficiente da parte dell'adulto e frequenti provvedimenti disciplinari messi in atto da parte del genitore sono implicati in comportamenti aggressivi online degli adolescenti. Così come nel bullismo tradizionale, anche per il bullismo online uno stile educativo troppo permissivo o coercitivo e regole poco strutturate e incoerenti, rappresentano dei fattori di rischio familiari per il cyberbullo. In alcuni casi la violenza e l'aggressività sono una caratteristica delle interazioni familiari. I genitori del bullo, sono spesso poco presenti o incapaci di autorevolezza, inefficaci nel limitare il comportamento del figlio. A volte, le difficoltà educative affondano in problemi personali molto pronunciati: situazioni di dipendenza, guai

con la legge e così via. Inoltre, è stato dimostrato che anche un contesto scolastico negativo nel quale la competitività è molto elevata (tensioni fra gli adulti e regole non chiare), stimola i disturbi e l'aggressività degli allievi. L'insuccesso scolastico è uno dei fattori più frequentemente individuati fra quelli che generano disturbi della condotta e comportamenti devianti (Hawkins et al. 2000). Ma, oltre questi fattori di rischio individuali, familiari e scolastici, sicuramente esistono dei comportamenti, o se vogliamo delle abitudini, che incentivano il soggetto ad agire la violenza in rete:

- connessione internet in camera;
- competenze nell'uso delle nuove tecnologie;
- utilizzo di internet in modo eccessivo e autonomo;
- partecipazione a gruppi online;
- scarsa sorveglianza dei genitori;
- analfabetismo informatico dei genitori;
- iscrizione a social network che favoriscano la diffusione di immagini e informazioni personali e utilizzo della webcam;
- utilizzo frequente di videogiochi violenti che rafforzano l'idea che la violenza esercitata con un click sia solo virtuale.

I fattori di protezione, individuali, familiari e scolastici, invece fanno da contrappeso ai fattori di rischio e svolgono la funzione di ridurre la probabilità del coinvolgimento dell'individuo nei comportamenti a rischio, di ridurre i danni nel caso di un suo coinvolgimento, o di fungere da moderatori rispetto ai fattori di rischio presenti nell'ambiente. I fattori di protezione sono:

- intelligenza;
- maturità precoce;
- buona stima di sé;
- capacità empatica;
- le abilità cognitive, socio-cognitive, temperamentali e affettive;
- stile parentale autorevole e supportivo;
- successo scolastico e attaccamento alla propria scuola;
- maggior controllo da parte degli adulti sull'utilizzo di internet.

6.2.Profilo psicologico della cybervittima e fattori di rischio/ protezione

La cybervittima, proprio come la vittima di bullismo tradizionale, tende ad essere vulnerabile e immatura, sia psicologicamente che fisicamente (Feinberg, Robey, 2008). Infatti, può presentare fragilità, bassi livelli di autostima o un'opinione negativa di sé stessa e spesso possiede caratteristiche caratteriali quali timidezza, introversione, insicurezza o caratteristiche fisiche considerate come "difetti" o tratti che si discostano da quelli della maggioranza dei suoi coetanei (possono essere presenti gracilità, handicap fisico, obesità, balbuzie, insufficienza mentale ecc.). Le vittime presentano quindi delle caratteristiche psicologiche, come i significativi livelli d'ansia e l'insicurezza, che in qualche modo ne designano il ruolo di "capro espiatorio". Generalmente hanno, anche, difficoltà ad integrarsi nel gruppo dei pari, problemi scolastici, sono incapaci di difendersi e di fronteggiare le avversità e tendono ad autocolpevolizzarsi alimentando, in questo modo, i vissuti depressivi e d'inferiorità. In un certo senso segnalano agli altri che essi sono individui senza valore e inadeguati e che non reagirebbero se venissero attaccati e insultati; condizione questa che li rende dei facili bersagli. Per le vittime di sesso femminile, questa vulnerabilità, in quanto fattore di rischio psicologico, può portare a gravi forme di cyberbullismo che possono sfociare nello sfruttamento sessuale. Il problema più grande per le cybervittime è la fiducia. Le situazioni faccia a faccia di solito consentono alle vittime di vedere il bullo e coloro che ne sostengono le sue azioni, quindi, le vittime hanno una maggiore possibilità di sapere chi è dalla loro parte e di chi ci si possa fidare. Invece, la natura anonima del bullismo elettronico lascia le vittime insicure del proprio ambiente e in paranoia, ponendosi mille domande su chi possa essere il presunto molestatore che si nasconde dietro ad un pc (Willard, 2007). Perry *et al.* (2001) hanno evidenziato modelli di attaccamento insicuro e stili parentali iperprotettivi associati al ruolo della vittima che costituirebbero dei fattori di rischio dal punto di vista familiare. Le famiglie delle vittime sono eccessivamente protettive e tendono a sostituirsi al ragazzo o alla ragazza di fronte ad ogni

difficoltà tanto da non lasciare spazio ad una crescita autonoma nella gestione dei conflitti tra pari. I consigli dati alla vittima sono in genere contraddittori: “fatti valere”, “rispondigli”, sono solo parole astratte e inutili per un ragazzo che non riesce a metterle in pratica; se non fosse così, non avrebbe questo ruolo. Le vittime tendono a dare un’immagine molto unita della propria famiglia e considerano i membri, in particolare la madre, come figure autorevoli di riferimento. In queste situazioni, infatti, è spesso rilevante il ruolo iperprotettivo della madre, mentre è assente o poco coinvolta la figura del padre. Anche nel caso della vittima, come per il cyberbullo, valgono gli stessi comportamenti specifici che la esporrebbero maggiormente ad assumere questo ruolo, come per esempio, la connessione internet in camera, l’utilizzo di internet fino a tarda notte e lo scarso controllo da parte dei genitori. Questi sono tutti segnali, insieme al rifiuto di parlare di ciò che si fa online e l’essere turbati dopo aver utilizzato internet (stati ansiosi, depressivi, ecc.), a cui i genitori dovrebbero prestare particolare attenzione per riconoscere che il proprio figlio sia vittima di cyberbullismo. Per quanto riguarda i fattori protettivi, facciamo riferimento a:

- buona autostima;
- capacità empatica;
- rete amicale di supporto;
- stile parentale autorevole e supportivo;
- successo scolastico e attaccamento alla propria scuola;
- assertività (la capacità di rispondere alle provocazioni affermando i propri diritti e i propri bisogni, senza calpestare quelli altrui);
- maggior controllo da parte dei genitori sull’utilizzo di internet.

6.3.La variabile età nel bullismo elettronico

Una prima variabile che è stata ampiamente studiata in relazione al fenomeno del bullismo elettronico è l’età, con particolare attenzione al passaggio dalla preadolescenza all’adolescenza. Effetti diversi di questa variabile sono emersi dalle ricerche condotte in ambito nazionale e internazionale a causa del fatto che le età scelte dagli autori non sono sempre sovrapponibili e confrontabili

(Guarini, 2009), questo porta quindi ad una mancanza generale di consenso sulla relazione fra fenomeno ed età. Alcuni studiosi hanno mostrato un incremento significativo del coinvolgimento degli adolescenti nel fenomeno del bullismo elettronico con l'aumentare dell'età (Bartolo, Palermi, 2007; Kowalski, Limber, 2007; Smith *et al.*, 2008; Ybarra, Mitchell, 2004). Infatti, le percentuali minori di bulli e vittime si riscontrerebbero nei preadolescenti dai 10 ai 12 anni (22% vittime e 7,8% bulli). Tra i 13 e i 14 anni, queste percentuali aumentano (31% vittime e 27,4% bulli) fino a diventare ancora più elevate tra i 15 e i 17 anni (47% vittime e 64,8% bulli). Kowalski e Limber (2007) spiegano questo incremento del fenomeno con il crescere dell'età, in particolar modo per gli studenti di scuola secondaria di secondo grado, facendo riferimento al tempo che questi ultimi trascorrono al computer che li porterebbe ad essere più specializzati nel loro uso e nella partecipazione ai social network.

Un altro gruppo di ricercatori, invece, ha riscontrato un effetto opposto della variabile età caratterizzato da un decremento della percentuale di bulli e vittime. Secondo lo studio di Dehue, Bolman e Völlink (2008) la percentuale di bulli e di vittime decresce con il passaggio dalla scuola secondaria di primo grado a quella di secondo grado. Anche secondo lo studio di Slonje e Smith (2008) ci sarebbe un decremento del bullismo elettronico in funzione dell'età; se, infatti, la percentuale di vittimizzazione nelle scuole secondarie inferiori (12-15 anni) è di 17,6%, questa decresce nelle scuole secondarie superiori al 3,3% (15-20 anni). Lo studio di Williams e Guerra (2007) conferma questi dati, testimoniando come vi sia uno sviluppo del fenomeno intorno ai 10 anni, con un culmine intorno ai 13 anni, per poi decresce verso i 16 anni.

Un terzo gruppo di studiosi ha descritto un effetto più complesso del fenomeno legato all'età, che appare differenziato per il ruolo di vittima e di bullo. Nel lavoro di Ortega e colleghi (2008), la percentuale di vittime è più elevata tra i ragazzi più giovani, mentre la percentuale di aggressori è più elevata tra i ragazzi più grandi. Queste differenze, tuttavia, emergono solo se si prendono in considerazione le aggressioni tramite Internet, mentre non emergono differenze se le aggressioni avvengono attraverso l'utilizzo del cellulare. Un effetto

differenziato della variabile età relativa al bullo e alla vittima, emerge anche dai primi dati italiani ottenuti dal Progetto DAPHNE II (2008). I dati indicano un aumento delle percentuali di adolescenti che dichiarano di aver compiuto atti di bullismo elettronico con il passaggio dalla scuola secondaria di primo grado a quella di secondo grado, con alcune differenze legate alla tecnologia usata. Gli adolescenti di 16-17 anni dichiarano un numero inferiore di aggressioni agite attraverso il cellulare (27,9%) rispetto agli adolescenti di 14-15 anni (45,8%), mentre elevate risultano le aggressioni agite attraverso Internet (37,1%). Ciò dimostra come Internet sia la tecnologia più usata per le aggressioni elettroniche da parte degli adolescenti più grandi. Infine è quindi possibile affermare che anche se gli studi sul bullismo elettronico in relazione alla variabile età siano molteplici, ancora non si è arrivati ad un comune consenso sull'andamento del fenomeno.

6.4. La variabile genere nel bullismo elettronico

La seconda variabile che è stata studiata in relazione al bullismo elettronico, è il *genere*. Anche per questo aspetto, così come per l'età, i risultati emersi non appaiono sempre concordi. Un primo gruppo di studi ha mostrato come non ci siano differenze nella percentuale di ragazzi e ragazze coinvolti come vittime o come bulli in episodi di aggressione elettronica (Hinduja, Patchin, 2008; Smith et al., 2008; Williams, Guerra, 2007; Wolak, Mitchell, Finkelhor, 2007). Questo risultato indica come l'aggressione elettronica, non avvenendo con modalità fisiche dirette, possa essere facilmente attuabile anche dal genere femminile, come già indicato dalla letteratura in relazione al bullismo tradizionale indiretto (Genta, 2009). Un altro filone di studi, ha rilevato che le ragazze sono più coinvolte nel bullismo elettronico. Secondo Li (2007), le ragazze sono più rappresentate nel ruolo di vittima (60%), mentre non si osservano differenze rilevanti in funzione del genere nel ruolo di bullo. Per Kowalski e Limber (2007), le ragazze risultano più rappresentate non solo nel ruolo di vittima, ma anche in quello di bullo-vittima. Anche nel lavoro di Ortega, Calmaestra e Merchan (2008), le ragazze risultano essere più vittime dei ragazzi, sia in caso di bullismo occasionale che grave, quando le aggressioni avvengono tramite l'utilizzo dei

cellulari. Invece, non emergono differenze di genere quando le molestie avvengono tramite Internet. Un terzo gruppo di ricerche, invece, ha indicato una prevalenza del genere maschile nel coinvolgimento del bullismo elettronico, anche se, è del tutto minima nei diversi ruoli: bullo-vittima (56,3%), bullo (53,2%) e vittima (55,9%) (Aricak *et al.*, 2008). Infine, altri studi, come quelli di Dehue, Bolman e Völlink (2008), hanno messo in luce come i ragazzi siano più rappresentati nella categoria bullo, mentre le ragazze sono più rappresentate nella categoria di vittima. Anche dai dati italiani, raccolti con il progetto DAPHNE II, è emerso un simile andamento; le ragazze ricoprono maggiormente il ruolo di vittima, sia attraverso il cellulare (55,9%), che Internet (56,1%), invece, i maschi rappresentano maggiormente il ruolo di bullo, sia attraverso l'uso del cellulare (64,6%), che di Internet (64,6%). In conclusione, i risultati che emergono in riferimento all'età e al genere, nonostante le differenze riscontrate, appaiono concordi nel sottolineare come il bullismo elettronico riguardi sia i preadolescenti che gli adolescenti, sia i ragazzi che le ragazze, rappresentando quindi un fenomeno che coinvolge a trecentosessanta gradi il mondo adolescenziale (Genta, 2009).

6.5. Il bullismo omofobico

Il bullismo si configura sempre di più come l'espressione della scarsa tolleranza per la diversità, dell'assenza di accettazione di chi è dissimile per appartenenza etnica, per caratteristiche fisiche e psicologiche o semplicemente per scelte di vita. Nel caso del bullismo omofobico, è dunque l'orientamento sessuale dell'individuo a scatenare il bullo o i bulli, i quali esprimono la loro ostilità a livello verbale (minacce e ingiurie), a livello fisico (aggressioni e violenze) o in modo indiretto (calunnie, pettegolezzi, isolamento sociale). Il bullismo omofobico nasce dal pregiudizio, dalla disinformazione, dall'isolamento e dalla scarsa tolleranza per tutto ciò che è "altro", "diverso da sé". Con Platero e Gomez (2007), definiamo il bullismo omofobico come "quei comportamenti violenti a causa dei quali un alunno o un'alunna viene esposto ripetutamente ad esclusione, isolamento, minaccia, insulti e aggressioni da parte del gruppo dei pari, di una o

più persone che stanno nel suo ambiente più vicino, in una relazione asimmetrica di potere, dove gli aggressori si servono dell'omofobia, del sessismo, e dei valori associati all'eterosessismo. La vittima sarà squalificata e de-umanizzata, e in generale, non potrà uscir fuori da sola da questa situazione, in cui possono trovarsi tanto i giovani gay, lesbiche, transessuali o bisessuali, ma anche qualunque persona che sia recepita o rappresentata fuori dai modelli di genere normativi. Diversi studi dimostrano che i pregiudizi, che conducono all'espressione manifesta di omofobia, sono maggiormente frequenti in età adolescenziale, sebbene siano presenti fin dall'infanzia (Plummer, 2001). Tale tendenza è da ricollegarsi alla spinta dei ragazzi a mantenere fortemente differenziate le dimensioni relative alla mascolinità e alla femminilità (Herek, 2000). Pietrantoni e Prati (2009) ben ci fanno comprendere che i bersagli del bullismo a matrice antiomosessuale possono essere:

- adolescenti che apertamente si definiscono gay o lesbiche, adolescenti che hanno optato per uno svelamento selettivo la cui informazione è stata rivelata a terzi;
- adolescenti che “sembrano” omosessuali sulla base di una percezione stereotipica (ragazze dai capelli corti o poco inclini al corteggiamento degli uomini, ragazzi con abbigliamento o manierismi percepiti come atipici o effeminati);
- adolescenti con familiari apertamente omosessuali.

Dunque, non solo la popolazione LGBT (lesbica, gay, bisessuale e transessuale) si trova a dover subire atti di questo genere, ma anche eterosessuali che escono fuori dagli schemi, adolescenti che si stanno interrogando sulla propria identità sessuale o persone che hanno amici, familiari o genitori omosessuali. Per questi motivi possiamo asserire che il bullismo omofobico consiste nell'abuso verbale, fisico o relazionale diretto verso delle persone a causa della loro sessualità o della loro sessualità percepita. Come abbiamo già messo in evidenza, alla base di tali comportamenti di disprezzo vi sono le comuni convinzioni radicate nella cultura. Purtroppo, episodi che assumono la forma del bullismo omofobico tendono a causare gravi danni sia a livello fisico che a livello

psicologico. Se i danni a livello fisico tendono il più delle volte a rimarginarsi col tempo, lo stesso non si può dire per le difficoltà psicologiche che derivano dall'essere "bullato". Le conseguenze dell'omofobia si manifestano innanzi tutto nell'acuirsi dell'omofobia interiorizzata, che porta la vittima a sviluppare sensi di colpa e vergogna per gli episodi subiti: come abbiamo già in precedenza accennato, la vittima tende a cercare una propria responsabilità per l'accaduto, sia a livello comportamentale (credendo di aver agito male), sia a livello disposizionale (considerandosi, ad esempio, un errore della natura). Questo naturalmente comporta un crollo dell'autostima e un senso di impotenza che ha forti conseguenze in termini di depressione. Inoltre, le vittime tendono a sviluppare paure e preoccupazioni elevate: rivivendo mentalmente gli episodi di violenza subita, temono una loro ripetizione e per questo riferiscono di non riuscire, ad esempio, a tornare a scuola, oppure di provare forti disagi al momento della ricreazione (che costituisce uno dei momenti di maggior pericolo per la vittima, a causa di un minor controllo degli adulti e di una maggiore libertà di movimento per i ragazzi). Queste paure, poi, continuano a tormentare le vittime anche fuori dal contesto scolastico, abitando i loro incubi e causando anche improvvisi attacchi di collera che non hanno motivo d'essere. Tutto ciò comporta una percentuale elevata di abbandono scolastico da parte delle vittime del bullismo omofobico, preceduto da una diminuzione del rendimento scolastico e da difficoltà e paure a tornare a scuola. Con il passare del tempo, e il ripetersi delle prevaricazioni, si assiste quindi ad un costante isolarsi della vittima, che tenderà a chiudersi sempre più in se stessa e soprattutto eviterà di parlare dell'accaduto. Appare semplice comprendere come poi, tale disadattamento, costituisca le fondamenta del disagio che porta moltissimi giovani adolescenti LGBT al suicidio.

Così come esiste il bullismo omofobico, esiste anche il cyberbullismo omofobico. È attuato tramite la diffusione di foto e video o mediante altri tipi di aggressioni virtuali e ha come vittime persone che differiscono per orientamento, identità o interessi dal ruolo di genere eterosessuale tradizionale. Il network americano, GLSEN, che si occupa di rendere le scuole sicure per gli studenti

LGBT, nel 2013 ha pubblicato i risultati di uno studio che esplora l'esperienza degli adolescenti LGBT in rete. I risultati ci dicono che:

- circa il 42% degli adolescenti LGBT hanno riportato episodi di bullismo online, tre volte di più rispetto agli adolescenti non-LGBT;
- circa il 27% dichiara di non sentirsi al sicuro in rete;
- un adolescente LGBT su quattro è stato oggetto di episodi di bullismo nel corso dell'anno appena trascorso per via del proprio orientamento sessuale o della propria identità di genere;
- un adolescente LGBT su cinque ha avuto esperienze simili, ma tramite SMS;
- un terzo degli adolescenti LGBT è stato molestato sessualmente online, quattro volte di più rispetto agli adolescenti non-LGBT.

Anche per quanto riguarda il cyberbullismo omofobico ci sono stati casi che hanno portato a compiere dei gesti estremi come: il caso del diciottenne Tyler Clementi, violinista prodigio della prestigiosa Rutgers University, suicidatosi buttandosi dal George Washington Bridge, perché due suoi "amici" avevano messo in rete un video girato di nascosto, in cui il giovane faceva sesso con un uomo, esponendolo così agli sberleffi e agli insulti omofobi dei compagni di corso e di tutto l'ateneo. Non contenti, la coppia ha commentato via Twitter la performance sessuale del timido e riservato Tyler, che non ha saputo reggere all'urto violentissimo della vergogna e dell'umiliazione pubblica, decidendo così di fare un ultimo volo, per oltre 100 metri. Oppure il caso del ragazzo quindicenne di Roma soprannominato "il ragazzo dai pantaloni rosa" che nel novembre del 2012 si è suicidato perché denigrato per il suo presunto orientamento sessuale su Facebook.

6.6.L'impatto negativo del fenomeno e il silenzio delle vittime

Il bullismo online, secondo lo psichiatra Federico Tonioni, dell'Istituto di Psichiatria e Psicologia della Cattolica di Roma, è ormai riconosciuto come primaria fonte di angoscia e potenziale psicopatologia per gli adolescenti nativi digitali. Attualmente si sta ancora indagando rispetto alle conseguenze del

cyberbullismo, ma è ragionevole ritenere che siano analoghe a quelle del bullismo tradizionale, se non maggiormente gravose a causa dell'elevato numero di persone coinvolte e della forza mediatica di messaggi, foto, video trasmessi online o sul telefonino (Weyland, 2010). A lungo andare la vittima nella vita reale può sviluppare una serie di problematiche psicologiche ed effetti negativi sulla sua identità personale come: depressione, ulteriore riduzione dell'autostima, problemi di concentrazione, rifiuto scolastico, disturbi d'ansia, isolamento sociale, fobie sociali, comportamenti autolesivi/autodistruttivi, somatizzazioni, paura, problemi relazionali, pensieri suicidari o addirittura, in alcuni casi, il suicidio vero e proprio (Feinberg, Robey, 2008). Si tratta di esiti gravi, che hanno, inoltre, notevoli ripercussioni sullo sviluppo psicofisico di bambini e adolescenti. Tuttavia ciò che rende ancora più devastante questo fenomeno rispetto al bullismo tradizionale è la diffusione pubblica dell'umiliazione, che in un solo click annienta l'immagine sociale che la vittima ha di sé, scatenando sentimenti di estrema vergogna e inadeguatezza. Inoltre, mentre un episodio di bullismo è circoscritto nel tempo e nello spazio e resta solo nella memoria e nei racconti, l'episodio di cyberbullismo è difficilmente cancellabile da alcuni spazi web: la vittima è dunque costretta a subire la molestia senza fine con la consapevolezza che il mondo del web sta assistendo alla sua umiliazione con chissà quali giudizi. Questo potrebbe spiegare i dati della ricerca Ipsos realizzata per Save the Children secondo cui il 72% degli adolescenti e giovanissimi italiani considera il cyberbullismo come il fenomeno sociale più pericoloso del proprio tempo.

Se è vero che l'anonimato è uno dei principali fattori che rende spesso la vittima un facile bersaglio, un altro problema molto rilevante che coinvolge le vittime è l'*omertà*, in quanto, pur essendo elevato il numero di giovani internauti che dichiara di essersi trovato coinvolto in episodi di bullismo online, è altamente improbabile che essi trovino il coraggio di parlarne con qualcuno. Come dimostra lo studio di Smith *et al.* (2008), la metà delle vittime ha dichiarato di non aver detto a nessuno delle aggressioni elettroniche subite e chi ha scelto di confidarsi ha preferito principalmente un amico. Molto basse risultano le percentuali di adolescenti che hanno deciso di chiedere aiuto ai genitori o ad un adulto di

riferimento della scuola. Il dato allarmante di questo studio è che nessun adolescente ha dichiarato di essersi confidato con gli insegnanti, sottolineando come gli studenti non sentano di poter ricevere un supporto dal corpo dei docenti su tali tematiche. Questi dati sono presenti non solo quando il bullismo elettronico è studiato nelle scuole, ma anche quando il fenomeno è indagato tra adolescenti che risultano regolari usufruttori di Internet (Finkelhor, Mitchell, Wolak, 2000). Anche dai primi dati italiani relativi al Progetto DAPHNE II, emerge che gli adolescenti vittime preferiscono confidarsi con un amico, anche se in alcuni casi chiedono aiuto ad un adulto di riferimento, che sia il genitore o l'insegnante, in funzione della tecnologia utilizzata per le aggressioni. Infatti, se le aggressioni avvengono attraverso l'utilizzo del cellulare, le vittime si confidano principalmente con un amico (14,7%) o con un insegnante (9,6%) e in alcuni casi con i genitori (3,6%); se, invece, le aggressioni sono agite attraverso Internet, le vittime chiedono aiuto, anche in questo caso, prima di tutto agli amici (8,2%), poi ai genitori (6%) e in misura minore agli insegnanti (1,6%). Questa differenza nel chiedere aiuto ai genitori o agli insegnanti in funzione del mezzo di comunicazione utilizzato, è molto probabilmente dovuta al fatto che le aggressioni attraverso il cellulare riguardano principalmente il mondo scolastico, e per questo, l'adolescente è più propenso a rivelare l'accaduto agli insegnanti; invece, le molestie tramite Internet, possono essere ricevute nelle ore in cui il giovane è a casa e, per tale ragione, preferisce confidarsi con i propri genitori. Ma nella maggior parte dei casi le vittime preferiscono comunque raccontare i vari episodi di aggressione ai propri amici; questo potrebbe dipendere, prima di tutto, dalla paura di perdere alcuni privilegi legati all'uso delle nuove tecnologie (Thomas, 2006); infatti, a scuola l'uso del cellulare non è consentito e ciò inibirebbe i ragazzi a confidarsi con gli insegnanti; nello stesso momento, la paura di non poter utilizzare più Internet non li aiuterebbe a denunciare il fatto ai genitori (Agatston, Kowalski, Limber, 2007). In secondo luogo, gli adolescenti si confiderebbero maggiormente con i propri pari, perché li considerano più competenti, rispetto ai genitori, nell'utilizzare le nuove tecnologie, quindi più capaci nel fornire qualche consiglio (Aricak *et al.*, 2008). Le percentuali elevate di

anonimato degli aggressori e di silenzio delle vittime, rappresentano aspetti preoccupanti del bullismo elettronico. Se il silenzio delle vittime non porta, spesso, alla denuncia degli episodi di aggressione online, l'anonimato degli aggressori, rende impotenti quando i fatti vengono alla luce. Questa difficoltà non è presente solo tra le vittime che non conoscono il proprio aggressore o che non hanno il coraggio di denunciarlo, ma anche le famiglie e le istituzioni non sempre sanno come poter intervenire, ed inoltre, i genitori, nella maggior parte dei casi, non sono consapevoli che il proprio figlio sia coinvolto in dinamiche di bullismo elettronico, soprattutto quando si tratta dei figli che agiscono la violenza (Thomas, 2006).

6.6.1. Il caso di Amanda Todd

Il 10 ottobre 2012, dopo anni di sofferenze e di tormenti per mano dei cyberbulli, la sedicenne Amanda Todd si è impiccata nella sua casa di Port Coquitlam, una città di medie dimensioni situata nella British Columbia, in Canada. Il caso di Amanda Todd ha fatto il giro del mondo e ha anche spinto il Premier della British Columbia, Christy Clark, a proporre un dibattito nazionale sulla criminalizzazione del cyberbullismo (Vancouver Sun, 2012). Il tormento psicologico di Amanda ebbe inizio quando frequentava il settimo grado (corrispondente all'ultima classe dell'istruzione secondaria di I grado in Italia), ed accadde che un uomo riuscì a fare amicizia online con lei riempiendola di complimenti. L'uomo convinse Amanda, manipolandola, a farsi inviare una sua foto nuda. Un anno più tardi lo stesso uomo contattò Amanda su Facebook. L'uomo le disse che se lei non avesse «messo sù uno spettacolo» avrebbe mandato la sua foto nuda a tutti nella sua scuola, ai suoi amici, ai suoi vicini e alla sua famiglia di cui aveva i contatti. Non molto tempo dopo questo incidente, durante le vacanze di Natale, la polizia andò a casa di Amanda alle 4 del mattino per informarla che l'uomo aveva pubblicato la sua foto nuda. Poco dopo aver avuto queste informazioni, Amanda sviluppò una grave ansia, depressione e disturbi di panico e fu costretta a cambiare città. Per far fronte alla sua ansia cominciò a far abuso di droghe e alcool; tuttavia l'ansia peggiorava, e non riusciva

più ad uscire di casa. Purtroppo per Amanda, cambiare città non fu sufficiente. L'uomo la trovò un anno dopo ma questa volta creò un profilo Facebook, aggiunse tutti i nuovi amici di Amanda e utilizzò la sua foto nuda come immagine del suo profilo. Dopo aver visto la foto, i suoi nuovi amici cominciarono a giudicarla e prenderla in giro. Ancora una volta Amanda non aveva amici. Mangiava a pranzo da sola e cominciò a compiere gesti autolesionisti. Fu costretta a cambiare scuola per la seconda volta. Una volta trasferitasi nella sua nuova scuola, Amanda iniziò a parlare con un amico di una delle sue scuole precedenti. Il ragazzo flirtò con lei e le disse che provava dei sentimenti nei suoi confronti, ma che aveva già una ragazza. Una notte invitò Amanda a casa sua e le disse che la sua ragazza era in vacanza. Finirono per avere rapporti sessuali. A questo punto, Amanda presupponeva che essi stavano per mettersi insieme e che lui avrebbe rotto con la sua ragazza. La settimana successiva, invece, un gruppo di studenti tra cui il ragazzo e la sua fidanzata avvicinarono Amanda a scuola, l'aggredivero fisicamente e verbalmente e la lasciarono in un fosso. L'intero episodio fu filmato. Quel giorno Amanda tentò il suicidio per la prima volta ingerendo della candeggina. Fu trovata dal padre che la accompagnò immediatamente con l'ambulanza in ospedale dove fu ricoverata per diversi giorni. Cambiò di nuovo scuola, sperando che questa volta sarebbe stata l'ultima. Si trasferì alla CAFE, una scuola secondaria progettata per gli studenti con problemi sociali e comportamentali evidenziati nei precedenti contesti educativi. Purtroppo la sua depressione peggiorò e lei di nuovo tentò il suicidio. Al suo arrivo a casa dall'ospedale dopo il secondo tentativo di suicidio, controllando il suo account di social media, trovò numerosi messaggi in cui veniva presa in giro sulla sua difficoltà di apprendimento e in cui si auguravano che fosse morta. Non molto tempo dopo questo incidente, Amanda ha caricato online un video dettagliato del suo tormento²⁵. Un mese dopo la pubblicazione del video, si è suicidata impiccandosi. Dopo qualche giorno dal fatto accaduto, il gruppo di hacker più famoso al mondo "Anonymous", avrebbe fatto partire una vera e propria caccia all'uomo nei confronti di un trentaduenne di New Westminster, un

²⁵ www.youtube.com/watch?v=VOHXGNx-E7E

paese a soli 15 km da casa di Amanda. Da allora hanno seguito le tracce lasciate sul web dal ragazzo, i suoi nickname, i siti visitati e infine hanno deciso di rivelarne il nome, pubblicando un video su Youtube, al punto che la polizia canadese ha cominciato a nutrire timori per la sua incolumità. Poche ore dopo questa notizia, però, è arrivata la smentita da parte della polizia. L'uomo, sebbene indagato in un altro caso di violenza sessuale su minore e per i suoi atteggiamenti per lo più incentrati sul ricatto sessuale online, sarebbe la persona a cui Amanda si sarebbe rivolta per essere aiutata a trovare il suo molestatore. Al momento, nessun arresto è stato compiuto in relazione al suicidio di Amanda Todd. Il caso Amanda Todd dovrebbe essere visto come una dimostrazione del fatto che esistono più tipi di bullismo. Questo è importante perché i programmi di prevenzione tradizionali si basano sul modello che il bullismo si svolge all'interno della scuola. Tale globale approccio «taglia unica» non affronta le multi-causali origini del bullismo contemporaneo e si basa su ricerche e modelli teorici fuori moda e obsoleti.

7. Problemi teorici e metodologici nei progetti di prevenzione e contrasto delle cyberviolenze

Una delle difficoltà nel confrontare il cyberbullismo tra differenti Paesi è la mancanza di una armonizzazione nelle definizioni utilizzate nella descrizione del fenomeno. Però, la nascita e la diffusione in campo internazionale degli studi sul cyberbullismo segnala sicuramente l'alta presenza del fenomeno. Sulla scia del forte interesse suscitato dalle conseguenze del cyberbullismo nel mondo della scuola e della società, è emersa la necessità di intervenire; per questo motivo sono stati elaborati negli ultimi anni diversi progetti di contrasto e prevenzione sia nazionali che internazionali. I progetti di intervento e di prevenzione sono progetti che seguono un approccio ecologico-sistemico, perché presuppongono la partecipazione attiva di tutte le componenti coinvolte: alunni, personale docente e non docente, famiglie, istituzioni, agenzie esterne. La scuola, in quanto istituzione destinata all'educazione e all'istruzione di studenti sotto la guida di varie figure professionali, è chiamata a scendere in campo insieme alla collaborazione dei

genitori per informare gli studenti sulle insidie e sui rischi derivanti dall'uso improprio e dall'abuso della Rete e dei social network.

È importante sottolineare, però, come ogni azione di prevenzione o tutela dal fenomeno del cyberbullismo, non possa prescindere dalla competenza digitale che i genitori e tutte le altre figure di riferimento devono avere in merito alle dinamiche online all'interno delle quali gli adolescenti si muovono e costruiscono importanti aspetti della loro vita relazionale. Ma è pure vero che non tutti i genitori e gli educatori sono dotati degli strumenti intellettuali e cognitivi e delle conoscenze adeguate ad affrontare le nuove sfide della rete. Per affrontare il fenomeno complesso e multiforme del bullismo digitale non basta buon senso e attenzione da parte dei genitori. Bisogna attrezzarsi e dotarsi di strumenti utili a facilitare l'incontro, il dibattito, la condivisione di saperi e conoscenze con altre persone che esercitano competenze e responsabilità educative simili, la scuola per l'appunto. È perciò dovere dei soggetti adulti e maturi svolgere una funzione di guida, di affiancamento e di mentoring, nei confronti dei più giovani, con i quali confrontarsi e ai quali offrire riferimenti continui, in una logica di etica della responsabilità. E' importante partire da una rivisitazione di alcuni progetti che finora sono stati messi in atto a livello nazionale (ma anche a livello locale come Caserta, Napoli o Milano) e internazionale, come il progetto Generazioni Connesse, il progetto Tabby, il progetto Open Eyes; tutti progetti che mirano alla formazione dei docenti, genitori ed educatori sulle azioni di prevenzione e di contrasto del fenomeno, ormai dilagante. Sono progetti, quindi, che introducono una politica del "fare insieme" spronando le scuole ad istituire con le famiglie un canale diretto per poter reciprocamente prendere atto dello sviluppo che il cyberbullismo sta vivendo, dovendo scuola e famiglia cercare insieme una soluzione o comunque avviare una "cura" per questa problematica, essendo queste ultime le due principali istituzioni educative dei bambini/ragazzi.

7.1.Prevalenza e incidenza del fenomeno

Lo studio dell'incidenza del bullismo elettronico rappresenta una delle prime domande di ricerca che gli studiosi si sono posti in ambito internazionale

per riuscire a comprendere se il cyberbullismo sia un fenomeno isolato nel mondo giovanile o se, al contrario, sia un fenomeno diffuso che necessita di interventi e di politiche di prevenzione. Purtroppo, però, i dati ottenuti dai vari studi a livello internazionale e nazionale (in Italia e in Europa la letteratura sul fenomeno è relativamente recente) non sono facilmente confrontabili (Guarini, 2009). Ciò dipenderebbe prima di tutto da un problema teorico, ovvero l'utilizzo di definizioni diverse, che determina un difficile confronto delle percentuali di incidenza rilevate nei diversi studi. Il termine bullismo elettronico, per esempio, è usato da alcuni autori in riferimento a episodi isolati di aggressione (Dehue, Bolman, Völlink, 2008) o a episodi in cui non è presente né una chiara intenzionalità da parte dell'aggressore di arrecare un danno alla vittima, né un chiaro sbilanciamento di potere. Altri autori, invece, propongono di utilizzare il termine bullismo elettronico solo in casi di episodi di aggressione ripetuti nel tempo e caratterizzati da uno sbilanciamento di potere (Wolak, Mitchell, Finkelhor, 2007). Un altro gruppo di autori, invece, distingue tra il bullismo elettronico e altre forme di aggressione elettronica che possono essere definite come *cyber-teasing* ("dispetti elettronici" in cui gli episodi non sono ripetuti, lo scopo non è ferire l'altro e non c'è sbilanciamento di potere) e *cyber-arguing* ("litigi elettronici", che hanno lo scopo di ferire l'altro ma non sono ripetitivi e non è presente uno sbilanciamento di potere) (Vandebosch, van Cleemput, 2008). Infine, un gruppo di ricercatori ha proposto di distinguere tra bullismo elettronico occasionale (rari episodi di aggressione) e bullismo elettronico grave (frequenti episodi di aggressione) valutando l'incidenza del fenomeno in relazione alla reiterazione delle aggressioni nel tempo (Ortega, Calmaestra, Merchan, 2008), laddove per bullismo online grave si intendono episodi di aggressione che abbiano almeno una frequenza settimanale negli ultimi due mesi. Questo tipo di distinzione è molto utilizzata in letteratura. Anche se, però, secondo la proposta di alcuni autori inglesi (Smith *et al.*, 2008), si potrebbe parlare di bullismo elettronico grave già quando sono presenti almeno due o tre aggressioni al mese negli ultimi due mesi. Nel primo studio pilota di Smith e collaboratori (2006), condotto in Inghilterra con 92 studenti di età compresa tra 11 e 16 anni, il 22,2%

degli adolescenti si è identificato come vittima e di questi il 15,6% in modo occasionale, mentre il 6,6% in modo grave. Lo stesso criterio di suddivisione tra bullismo elettronico occasionale e grave, è stato utilizzato anche nella prima ricerca italiana relativa al Progetto europeo DAPHNE II (2008). Sono stati raccolti 2.000 questionari compilati da studenti del secondo anno della scuola secondaria di primo grado (12-13 anni), e della prima (14-15 anni) e della terza (16-17 anni) della scuola secondaria di secondo grado. I risultati hanno mostrato che il 13,3% degli studenti è stato vittima, negli ultimi due mesi, di bullismo elettronico, di cui il 9,5% sono state vittime occasionali, mentre il 3,4% hanno subito ripetute aggressioni. In Australia uno studio longitudinale su 120 studenti della durata di 8 anni, mostra come $\frac{1}{4}$ dei soggetti coinvolti riveli di conoscere qualcuno che negli anni è diventato bullo usando le nuove tecnologie (Campbell, 2005). Noret e Rivers (2006) in Inghilterra hanno riportato uno studio su 11.227 soggetti tra gli 11 e i 15 anni in cui il 7% di questi ha ammesso di aver ricevuto messaggi, e-mail minacciose od offensive almeno una volta. In Canada, Li (2006) utilizzando un campione di 264 studenti delle scuole secondarie di secondo grado, ha dimostrato come il 22% dei maschi e il 12% delle femmine ammettono di aver commesso atti di bullismo elettronico nei confronti di altri soggetti. I risultati di uno studio condotto in Turchia (Arıcak *et al.*, 2008) con 269 adolescenti tra i 12 e 19 anni delle scuole secondarie di secondo grado di Istanbul, hanno evidenziato elevate percentuali di bullismo elettronico, il 35,7% del campione riferisce di aver commesso atti di bullismo elettronico, il 5,9% si dichiara vittima e il 23,8% dichiara di essere stato coinvolto in episodi sia di bullismo che di vittimizzazione. Anche in uno studio americano (Kowalski e Limber, 2007) a cui hanno partecipato 3.767 studenti di età compresa tra gli 11 e i 14 anni, i risultati hanno mostrato come l'11% degli studenti dichiara di essere stato vittima di almeno un episodio di aggressione elettronica, il 7% si dichiara sia bullo che vittima e il 4% di aver perpetrato almeno un episodio di aggressione elettronica. In Italia, Pisano e Saturno nel 2008 hanno svolto una ricerca su 1.047 ragazzi, di età compresa tra gli 11 e i 20 anni, studenti di scuole medie (702) e superiori (345), casualmente

scelte nelle regioni di Sardegna, Lazio, Marche, Sicilia, Lombardia²⁶. Il 14% degli studenti delle scuole medie (non risultano differenze percentuali sostanziali tra i due sessi) ed il 16% delle superiori (una ragazza su quattro dichiara di avere subito aggressioni on line, mentre solo il 6% dei ragazzi riferisce di essere stato cyberbullizzato) hanno riferito di avere subito bullismo elettronico.

Oltre ai problemi teorici, legati ad una non condivisa definizione del termine bullismo elettronico, sono presenti anche altri problemi di natura metodologica, come ad esempio, l'utilizzo di diversi criteri per il reclutamento del campione, che non consentono una chiara confrontabilità dei risultati ottenuti dalle diverse ricerche internazionali. Infatti, gli studi finora descritti si riferivano all'utilizzo di diverse tecnologie (cellulare e Internet) ed è stato dato un ruolo molto importante al contesto scolastico; invece, negli studi di Ybarra e Mitchell (2004) sono stati coinvolti gli adolescenti indipendentemente dal contesto scolastico e le aggressioni elettroniche sono relative solo all'utilizzo di Internet. Lo studio condotto da Ybarra e Mitchell (2004), tra il 1999 e il 2000 negli Stati Uniti, aveva lo scopo di valutare tramite delle interviste telefoniche nazionali, la sicurezza dell'utilizzo di Internet. In questo caso sono stati coinvolti 1.501 ragazzi, regolari usufruttori di Internet con un'età compresa tra i 10 e i 17 anni. Dai risultati si evince che il 12% dei giovani ha compiuto aggressioni elettroniche almeno una volta nell'ultimo anno, il 4% è stato vittima, e il 3% è stato sia vittima che aggressore. Uno studio successivo, condotto dagli stessi autori negli Stati Uniti nel 2006, ha coinvolto 1.588 adolescenti tra i 10 e i 15 anni che hanno utilizzato Internet negli ultimi sei mesi. Dai risultati è emerso che il 35% degli adolescenti è stato coinvolto come vittima in episodi di aggressione attraverso Internet nell'ultimo anno. (Ybarra, Diener-West, Leaf, 2007).

L'aspetto interessante che emerge dal confronto dei due studi è l'incremento in soli sei anni del numero di adolescenti che sono coinvolti in episodi di aggressione elettronica, indicando come questo fenomeno sia in continua evoluzione e come sia necessario porre attenzione nel confrontare i

²⁶ Dati relativi al progetto "Peer to Peer" in tema di prevenzione al cyberbullismo (www.ifos-formazione.com).

risultati ottenuti in coorti diverse. Infine, lo studio di Hinduja e Patchin (2008), condotto con adolescenti reclutati grazie al supporto di alcuni siti comunemente visitati, ha mostrato risultati simili al lavoro di Ybarra e collaboratori (2007). Sono stati coinvolti 1.378 giovani con età inferiore ai 18 anni, ed è emerso come il 34% dei giovani dichiarati di essere stato vittima di bullismo elettronico e il 17% di aver condotto episodi di aggressione elettronica. In definitiva, i risultati che sono emersi dalle varie ricerche descritte, sono concordi nell'affermare che questo fenomeno sia ormai già ampiamente diffuso in numerosi paesi con percentuali che crescono di anno in anno; anche la situazione italiana appare in linea con il panorama internazionale, mostrando come nelle scuole secondarie di primo e di secondo grado il bullismo elettronico sia un fenomeno già presente.

7.2.Educare ai media per un uso corretto della rete: il ruolo degli insegnanti

Alcuni esperti (Mason, 2008; Willard, 2007) suggeriscono quanto sia importante per le scuole adottare azioni preventive per proteggere i propri studenti dalle prevaricazioni elettroniche e allo stesso tempo rispondere alle emergenze mantenendo un clima scolastico sicuro. Ciò implica essere informati su cosa sia il cyberbullismo, come influisce sugli studenti e su come si possa creare un ambiente sicuro a scuola. In molti casi la scuola in generale o gli insegnanti si sentono impotenti o non ritengono sia compito loro occuparsi o preoccuparsi di questo problema dal momento che colpisce i ragazzi quando usano la rete o i cellulari. Sebbene la maggior parte degli insegnanti sia consapevole dei significativi effetti negativi del cyberbullismo sugli studenti e mostrino preoccupazione per la diffusione di tale fenomeno, essi non ritengono sia compito della scuola occuparsene. Si tratta di una valutazione non corrispondente alla realtà perché se è vero che la maggior parte del tempo i ragazzi lo passano online quando sono a casa loro o da amici (nell'ipotesi che a scuola ci sia un reale ed efficace controllo e inibizione dell'uso della rete), i ragazzi usano il computer a scuola anche per comunicare online, o usano il loro smartphone. È dunque compito della scuola fornire educazione e informazione, fare prevenzione e

intervenire su problematiche che riguardano i ragazzi, per promuovere il loro benessere e diminuire il loro malessere. La scuola non è, dunque, un ente e struttura educativa a sé stante, ma rappresenta la più moderna e contemporanea visione di ogni aspetto di crescita, educazione e cultura. L'insegnante quindi deve essere per il ragazzo un punto di riferimento sia per poter chiedere consigli, sia per potersi rivolgere se ha un vero e proprio problema. Gli studenti non si rivolgono agli adulti perché hanno paura di essere "puniti": a casa, vedendosi tolto il computer o lo smartphone, a scuola, con una nota o nell'essere ridicolizzati davanti a tutti. I ragazzi devono sapere che l'insegnante conosce il fenomeno, sa che online possono accadere cose spiacevoli e a volte ne è vittima anche lui/lei. L'importante è sapere che c'è una risposta, e che far finta di niente o minimizzare quello che è successo non aiuta, ma può anzi solo peggiorare le cose. È anche importante che l'insegnante faccia capire ai ragazzi che alcuni comportamenti che loro mettono in atto sono considerati anche reati e che un ragazzo che ruba una foto e la mette online, commette due reati e rischia anche di essere perseguito dalla legge. Gli insegnanti hanno quindi una duplice funzione:

- quella di *aiutare* i ragazzi che si trovano in difficoltà perché oggetto di prevaricazioni online, ma anche intervenire nei confronti di chi fa un uso inadeguato della rete e dei cellulari ascoltando eventuali problemi, fornendo consigli;
- quella di *sensibilizzare*, di dare informazioni ai ragazzi ma anche ai genitori su quelli che sono i rischi della rete nel subire comportamenti o atteggiamenti che danno fastidio, che umiliano, che fanno del male e al contempo di sensibilizzare anche sul rischio che un ragazzo potrebbe correre nel fare delle cose che lui ritiene essere solo degli scherzi o un modo per mettersi in mostra e farsi vedere coraggiosi, ma che in realtà sono dei veri e propri reati.

Il Ministro della Pubblica Istruzione, Giuseppe Fioroni, il 5 febbraio 2007, ha diramato a tutte le scuole la direttiva contenente "*le linee di indirizzo generali ed azioni a livello nazionale per la prevenzione e la lotta al bullismo*". Per il contrasto al bullismo sono previsti:

- un numero verde a disposizione di minori, insegnanti e famiglie proprio per segnalare atti di questo genere: in un solo mese le chiamate sono state più di 600 e tutte contenenti segnalazioni di condotte piuttosto gravi;
- il sito Internet www.smontailbullo.it, che si occupa di inquadrare il fenomeno da un punto di vista psico-sociologico e culturale, fornendo utili strumenti e suggerimenti per fronteggiarlo e indicando una ricca bibliografia e filmografia sull'argomento;
- l'indirizzo mail bullismo@istruzione.it che, così come il numero verde, accoglie segnalazioni di casi ma anche richieste di informazioni e consigli;
- gli Osservatori Regionali Permanenti sul Bullismo attivi presso gli uffici scolastici regionali, che vanno a rappresentare un importante riferimento a livello territoriale. Oltre a monitorare il fenomeno del bullismo e a verificare le attività svolte dalle varie scuole, gli osservatori hanno il compito di promuovere percorsi di educazione alla legalità, all'interno delle scuole, tramite attività curricolari ed extracurricolari.

Nel Marzo del 2007 Fioroni ha emesso una direttiva specifica proprio per contrastare il cyberbullismo, andando così a disciplinare l'utilizzo delle risorse informatiche e tecnologiche in generale, all'interno degli istituti scolastici. La direttiva ribattezzata "*Direttiva sul cyberbullismo*" è la dimostrazione di come il web e i mezzi di comunicazione a distanza, siano considerati strumenti essenziali dai giovanissimi nella vita di tutti i giorni: essenziali per lo studio, per la comunicazione, per il gioco, ma essenziali anche per porre in essere violenze fisiche o psicologiche. Innanzitutto, la direttiva dispone che sia trattato con estrema severità l'uso dei telefonini da parte di studenti (ma anche insegnanti) durante l'orario di lezione: è stato di fatto dimostrato come il videofonino in particolare, sia strumento di enorme distrazione da parte degli alunni e costituisca quasi uno sprono a porre in essere atti eclatanti, mancando di rispetto agli insegnanti o facendo prepotenze ai propri compagni. Secondo la direttiva, in caso di violazione di questa regola, le conseguenze devono essere irremovibili: sanzioni disciplinari sino ad arrivare anche ad un allontanamento dalla scuola stessa. Secondariamente la direttiva propone la redazione di un regolamento

interno alla scuola per disciplinare l'utilizzo delle risorse informatiche: ad esempio, i pc messi a disposizione dei minori non dovrebbero essere liberamente accessibili per connettersi, ma la connessione dovrebbe comunque essere subordinata all'utilizzo di credenziali di autenticazione: né più, né meno della regola prevista in caso di prestito dalla biblioteca scolastica, per cui per prendere un libro occorre preventivamente identificarsi ed assumersi una "responsabilità" di buon uso di quel testo. Già con l'utilizzo delle credenziali di autenticazione si ridurrebbe certamente quel concetto di spersonalizzazione che spinge molti minori ad utilizzare la rete scolastica per inserire via web riprese di atti vandalici, scaricare musica in violazione della legge a tutela del diritto d'autore, e magari divenire pure vittime di atti di pedopornografia: anche quest'ultimo aspetto poco "raccontato" dai media ma molto diffuso è sottovalutato, difatti molti minori subiscono il fascino della rete confidando nella "marcia in più" che ritengono possano avere gli adulti che navigano, instaurando spesso rapporti malati con soggetti che attraverso la rete reclutano minori per scopi tutt'altro che leciti. Tutti questi aspetti non solo incontrerebbero un deterrente nell'obbligo di autenticarsi alla rete da parte del minore, ma certamente consentirebbero a chi mette a disposizione le risorse informatiche, di monitorare eventuali illegalità perpetrate da o su minori in rete. Di sicuro, però, non sarà una soluzione proibire il ricorso alla rete o fare terrorismo psicologico sui minori; infatti, come dice la stessa Chatherine Blaya, responsabile dell'*Osservatorio europeo della violenza a scuola* in Francia, bloccando e limitando l'uso di Internet, con proibizioni e divieti, si ottiene solo l'effetto contrario: "non si riducono gli episodi di persecuzione, né le ore davanti al pc o allo smartphone". Più utile, invece, è insegnare ai ragazzi (sia a scuola che a casa) le potenzialità e i rischi insiti nei diversi dispositivi ed aiutarli a crescere e maturare nel mondo digitale. Solo così potranno eventualmente difendersi. Non solo: aumentando la loro consapevolezza aumenterà anche il numero dei ragazzi che chiede aiuto. Dunque, diventa sempre più evidente e necessario per tutte le agenzie di socializzazione e, in modo particolare per la scuola, promuovere la cultura della *Media Education* che può essere realizzata sia

utilizzando i nuovi strumenti multimediali (Internet e cellulari) all'interno della didattica, che riflettendo su di essi, oppure, ovviamente, entrambe le cose.

In tal senso il modello di Media Education integra due dei più comuni approcci alla disciplina: da un lato l'*educazione ai media*, che considera le tecnologie come tema della didattica, insiste sulla promozione del senso critico, sulla creazione di un consumatore dei media attivo, autonomo e creativo nel suo rapporto con gli stessi, in grado di decifrarne i messaggi e di utilizzarli secondo una propria visione e utilità; dall'altro lato, l'*educazione con i media*, che si serve dei media per insegnare, facendo pertanto di essi un utilizzo strumentale (lezioni fatte con il computer, filosofia o storia insegnate attraverso il giornale, geografia attraverso il cinema, ecc.) con la molteplice finalità di avvicinarsi ai ragazzi, di rendere l'apprendimento a scuola un'esperienza più fruibile e vicina al mondo degli studenti. A tal proposito, alla fine dell'anno scorso l'Aiart, da sempre impegnata sul duplice piano della protesta-denuncia e della formazione-proposta, ha lanciato una nuova campagna nazionale di raccolta firme per una proposta di legge d'iniziativa popolare, tendente ad inserire nei programmi della scuola primaria e della scuola media l'insegnamento dell'Educazione ai media e dell'Educazione con i media. Però, la progettazione e la realizzazione di un "laboratorio" di media education non possono non fare i conti con l'immaginario, le conoscenze e le competenze sui media dell'insegnante. Ecco perché sembra importante un primo lavoro sulle rappresentazioni dei docenti sia rispetto ai mezzi di comunicazione sia rispetto a quello che viene percepito come problematico nella relazione bambini-media. Fondamentale, quindi, è anche questa nuova figura professionale, ovvero il *media educator*, che ha lo scopo di far comprendere i mass media, la loro natura e le tecniche e i linguaggi usati. Il media educator si rende conto che i media rappresentano l'ambiente in cui viviamo e deve adeguarsi al contesto in continua evoluzione. L'obiettivo fondamentale è quello di educare e orientare le nuove generazioni a un uso corretto e critico dei media e a fornire una competenza mediale affinché il giovane sappia confrontarsi in modo critico e costruttivo con questo universo. Nonostante l'educazione ai media nelle scuole sia tutt'oggi percepita come possibile area nuova del curriculum scolastico, nello

stesso tempo fatica ancora a farsi spazio, a fianco di materie o aree di lavoro più consolidate. Purtroppo, rispetto ad altri paesi europei, come l'Inghilterra, la Germania e la Francia, l'educazione ai media, rimane ancora una materia «mimetizzata» nel curriculum scolastico nazionale, presente solo grazie all'abilità e alla buona volontà di insegnanti qualificati e media educator, il che non permette ai nostri ragazzi di salire sul «treno» della società della conoscenza con la stessa maturità e adeguata esperienza dei propri coetanei all'estero.

7.3.Educare ai media: il ruolo dei genitori

La rivoluzione digitale, abbracciata entusiasticamente dai bambini e ragazzi, mette a dura prova i genitori che non sempre hanno la consapevolezza o le competenze per supportare i figli ad un uso responsabile dei media. Quella che per i genitori rappresenta una rivoluzione, con la realizzazione di certi scenari “fantascientifici” della loro adolescenza, è per i loro ragazzi una realtà quotidiana: non c'è nulla di eccezionale a riguardo, anzi, si aspetta con impazienza il prossimo passo avanti. Il *digital divide* generazionale rappresenta ancora oggi uno dei gap più profondi e più difficili da colmare. La scarsa familiarità con la tecnologia, ed in particolare con il mondo di Internet, continua infatti ad interessare gran parte della popolazione adulta/anziana, mentre i giovani appaiono una fascia privilegiata, presentando tassi d'accesso ad Internet nettamente superiori rispetto alla media della popolazione e mostrandosi come gli utenti più competenti, ossia come coloro che riescono a sfruttare maggiormente i vantaggi offerti dalla rete, facendone un uso vario ed articolato. Il distacco generazionale fra genitori e figli continua a diventare così sempre più ampio. In Italia si registra un divario sensibile fra le esperienze online dei figli e la consapevolezza che ne hanno i loro genitori. L'uso che i bambini fanno dei nuovi media, e il rapporto che i loro genitori hanno con questi ultimi, è stato al centro di una ricerca “*Bambini e nuovi media*” messa in campo da People, società milanese di ricerche di mercato, per conto di Terre des Hommes con il contributo di Vodafone Italia, Google e Fondazione Ugo Bordoni. La ricerca presentata in occasione della terza edizione del Child Guardian Award nel 2010, delinea un quadro in cui solo una minoranza

di genitori è consapevole dell'importanza di spendere tempo per accompagnare con competenza, regole e dialogo i figli nel mondo dei media che cambia, con nuovi linguaggi, nuove opportunità ma anche nuove insidie, mentre la maggioranza rischia di lasciarli soli, abdicando al proprio ruolo di genitori, con il rischio di rendere più conflittuale il rapporto in famiglia. Infatti, se il 65% dei genitori intervistati ha dichiarato di conoscere bene l'uso che i figli fanno della TV (un media di "vecchio tipo") l'attenzione verso internet scende al 52%. Infine, solo 41% dei genitori dichiara di sapere come i figli utilizzino i social network, mentre il 22% ammette di non averne la più pallida idea. In base al rapporto che gli adulti hanno con la tecnologia e, soprattutto, con l'uso che i loro figli fanno dei nuovi media, la ricerca condotta da People distingue diverse tipologie di genitori:

il gruppo più ristretto è quello degli "*Esperti*" (18%), ovvero quei genitori "al passo coi tempi" che sanno molto (o tutto) dei nuovi media, sono consapevoli dei rischi e dunque ne dosano l'utilizzo per i loro figli. La tendenza più diffusa però, sembra essere un'altra: il timore verso una tecnologia sconosciuta, il senso di incapacità nel tenere il passo con i propri figli e, dunque, lasciarsi sfuggire la situazione di mano, è infatti comune al 35% dei genitori intervistati. Sono i cosiddetti "*Ansiosi*", i quali cercano di risolvere la questione con l'imposizione di divieti, a volte esagerati o ingiustificati, e dunque difficili da fare accettare ai bambini. Poi ci sono i "*Compiaciuti*", rappresentati dal 26% degli intervistati, che vivono con particolare orgoglio la capacità dei loro figli nell'uso dei nuovi media e, infine, i "*Permissivi*" (21%), i quali ritengono che i loro ragazzi non abbiano alcuna necessità di essere seguiti nel loro rapporto con i media, e lasciano loro totale autonomia. Il tratto comune di questi due ultimi atteggiamenti è la quasi totale assenza di divieti o controllo rispetto all'uso che i bambini fanno degli strumenti tecnologici: la questione resta semplicemente inevasa. I genitori, difatti, che sembrano rimanere soggetti un po' ai margini della questione, spesso derogano interamente alla scuola l'obbligo di educazione e correzione, e sottovalutano nettamente le potenzialità negative dei figli in materia di cyberbullismo. Questo sembra in molti casi trarre origine dall'analfabetismo in campo informatico dei genitori: per un genitore che non ha dimestichezza con la

rete, un messaggio denigratorio pubblicato dal figlio su un blog in dispregio di un altro minore, non apparirà mai con la gravità effettiva, essendo spesso ritenuta la rete un mondo a sé con scarsa interazione con quello reale. Inoltre, i genitori spesso non si rendono conto che oltre al danno educativo, sono titolari della responsabilità giuridica per le condotte dei figli: se un minore pubblica su un blog dei commenti offensivi o immagini lesive della dignità di un minore, non si tratta di un gioco tra ragazzi, ma di reati, che in rete peraltro assumono una gravità ampliata dal mezzo comunicativo. Stesso concetto vale per l'mms inviato agli amici dove magari sono ripresi atti particolari tra minori. Quante volte abbiamo sentito parlare di messaggi girati all'interno di una scuola e lesivi dell'onore, della dignità ed anche della sessualità di ragazzi e ragazze, che subito atti del genere hanno poi avuto serie difficoltà a reintrodursi nella vita scolastica: eppure raramente si pensa alle conseguenze che dovranno affrontare i genitori chiamati a rispondere degli atti dei figli. L'errore che spesso si fa nell'approcciarsi al fenomeno è demonizzare Internet, che equivale a reagire come la mamma arrabbiata che si accorge che il figlio è stato insultato online e se la prende con Facebook. Focalizzarsi sulla tecnologia, da un lato tranquillizza i genitori, ma crea anche preoccupazione verso quest'ultima, spesso non sufficientemente compresa. Ciò determina ovvi fenomeni di impotenza di fronte al problema, inculcando nella gente il bisogno di rivolgersi all'autorità per la tutela dei propri figli. Ma questo atteggiamento non porta che ad una ridotta attenzione sociale e quindi a una recrudescenza del fenomeno. Il problema è spesso un gap generazionale, che non consente ai genitori di comprendere il funzionamento del mezzo, e quindi chiedono alle autorità un intervento contro i provider, cosa che aiuta loro ad autoassolversi dalle proprie responsabilità.

Questi dati, uniti alla considerazione di una forte privatizzazione dell'uso di Internet, suggeriscono la necessità di attività di sensibilizzazione ed educazione rivolte anche ai genitori al fine di:

- ✓ metterli a conoscenza della natura dei pericoli che la Rete può riservare ai loro figli;

- ✓ incoraggiarli al dialogo e alla condivisione delle esperienze d'uso delle tecnologie di Rete con i propri figli;
- ✓ favorire l'adozione di specifiche strategie di mediazione.

Tra le possibili strategie di mediazione segnaliamo la *mediazione restrittiva*, che può ridurre i rischi derivanti dall'uso inappropriato del web con l'effetto collaterale, però, di ridurre le opportunità di Internet; la *mediazione attiva* dell'uso e il monitoraggio ex post delle attività online, adottate spesso dai genitori a seguito di un'esperienza negativa dei figli; la *mediazione tecnica*, attraverso l'utilizzo di software di *parental control*²⁷ che filtrano contenuti e/o limitano l'accesso alla Rete in determinate fasce orarie.

7.4. Il Safer Internet Day e il progetto Generazioni connesse

Molto rilevante è l'iniziativa ***Safer Internet Day*** organizzata ogni anno nel mese di febbraio dall'ente Insafe. È una giornata europea dedicata all'uso consapevole della Rete tenutasi quest'anno l'11 febbraio, co-finanziata dalla Commissione Europea nell'ambito del Programma ***Safer Internet***. Giunto alla sua decima edizione, l'evento è organizzato ogni anno in febbraio per promuovere un uso sicuro e responsabile delle tecnologie online e dei telefoni cellulari, soprattutto tra i bambini e giovani. Il tema di questa edizione era: “*Costruiamo insieme una rete migliore*”. Nella sua prima edizione (2004) questa giornata ha coinvolto 14 nazioni arrivando, ad oggi, ad essere organizzata in 90 paesi. Sono diversi anni che si realizza il Safer Internet Day ma l'anno scorso, è stata la prima volta che questo evento è stato celebrato in Italia, grazie al contributo di più di 50 realtà – tra istituzioni, società scientifiche, media, aziende ICT e di telefonia mobile, associazioni e università – attive nella tutela dei diritti online di bambini e adolescenti. L'edizione del 2013 ha visto come tema “*Responsabilità e diritti nella Rete*” con l'obiettivo di contrastare i rischi del mezzo Internet e, nello specifico, del fenomeno del cyberbullismo al fine di aiutare i ragazzi a

²⁷ Il parental control, letteralmente «controllo genitoriale», è un software o un servizio in grado di selezionare pagine su Internet in base ad alcuni criteri, permettendo di evitare l'esposizione dei bambini a contenuti considerati pericolosi e violenti.

“connettersi con rispetto”, incoraggiandoli ad utilizzare la Rete rispettando se stessi e gli altri. Tanto è vero che lo slogan in inglese era “*Connect with respect*”.

Purtroppo, i ragazzi si sentono forti e protetti dietro lo schermo mentre, invece, spesso sono insoddisfatti di sé stessi e nascondono sentimenti di tristezza, noia e solitudine. Questi sono ossessionati dal desiderio di piacere, di essere accettati o dalla paura di non esserlo, hanno spesso comportamenti ingenui o immaturi, come, ad esempio, cedere le proprie password e non sono consapevoli dell’illegalità insita nel far circolare foto e video spiacevoli o nell’invio di mail o sms/mms contenenti materiale offensivo che può costituire un danno psicologico per altri ragazzi come loro. L’azienda statunitense Google, in occasione del Safer Internet Day 2013, ha lanciato in Italia il progetto «*Buono a sapersi*», che si articola in varie fasi: sul sito ufficiale del progetto sono state proposte dieci regole da seguire per navigare senza rischi e rendere il web un luogo di crescita culturale e sociale, senza pericoli per sé stessi e per gli altri. Parallelamente la Polizia Postale e delle Comunicazioni ha incontrato oltre 50.000 ragazzi, insegnanti e genitori una volta al mese per tutto l’anno scolastico, in contemporanea in tutti i capoluoghi di provincia italiani, per fornire loro consigli, aiuti di tutti i tipi, diffondendo linee-guida di cui non sempre si è a conoscenza. Le dieci “regole d’oro” proposte da Google sono:

1. aumentare la sicurezza della propria password. Utilizzare, quindi, una password lunga, composta da numeri, lettere e simboli e differente per ciascun account. Per esempio, non usare mai la stessa password per il conto bancario e l’e-mail;
2. non inviare mai la password via e-mail e non condividerla con altri, nemmeno con gli amici più intimi;
3. impostare le opzioni di ripristino della password mantenendole sempre aggiornate. Se ci sono domande per il ripristino della password, non scegliere come risposta informazioni rese pubbliche per esempio su social network, perché sarebbero facilmente intuibili;
4. evitare le truffe. È sufficiente un pò di buon senso, non rispondendo a e-mail o messaggi istantanei che chiedono dati personali, password o numero di

carta di credito. La sicurezza sul web presuppone anche un comportamento attivo oltre che una buona difesa;

5. è opportuno segnalare i contenuti che si ritengono inappropriati o illegali;

6. è importante controllare frequentemente le impostazioni di privacy e sicurezza e non dimenticare di personalizzare le modalità di condivisione dei contenuti;

7. essere consapevoli della propria reputazione digitale: riflettere con attenzione prima di pubblicare contenuti imbarazzanti, dannosi o inappropriati;

8. mantenere aggiornati i sistemi operativi e i browser dei vari dispositivi che si utilizzano per accedere a Internet. Inoltre, quando si installa un software, bisogna assicurarsi che la fonte sia attendibile;

9. prestare particolare attenzione alle registrazioni online, verificando che l'indirizzo web inizi con <https://>; la «s» indica che la connessione al sito è crittografata, protetta e, quindi, più sicura;

10. ricordarsi di bloccare sempre lo schermo quando non si utilizza il computer, il tablet o il telefono e, per una maggiore sicurezza, impostare tutti i dispositivi in modo tale che si blocchino automaticamente dopo un po' di tempo e magari si possano sbloccare con un codice non banale.

Inoltre, durante il Safer Internet Day 2013 è stato presentato dal Miur il progetto biennale, **Generazioni Connesse**, che racchiude, alcune delle principali realtà che si occupano di sensibilizzare i minori a un utilizzo consapevole di Internet e dei new media, quali l'Autorità Garante per l'Infanzia e l'Adolescenza, la Polizia Postale e delle Comunicazioni, Save the Children Italia, Telefono Azzurro, la Cooperativa EDI e il Movimento Difesa del Cittadino. Generazioni Connesse, in quanto Centro Nazionale per la Sicurezza in Rete, si compone di:

- ✓ un polo di riferimento per la realizzazione di programmi di educazione e sensibilizzazione a livello nazionale, finalizzati ad assicurare un utilizzo positivo e consapevole dei Nuovi Media, rivolti ad adulti – genitori, insegnanti ed educatori – bambini e adolescenti;

- ✓ una *Helpline*, un servizio in grado di fornire supporto, in particolare a bambini, adolescenti e genitori in merito a esperienze negative e/o problematiche inerenti l'utilizzo dei Nuovi Media. La linea di ascolto e la chat di Telefono Azzurro accolgono qualsiasi richiesta di aiuto da parte di bambini e ragazzi fino ai 18 anni o di adulti che intendono confrontarsi su situazioni di disagio/pericolo in cui si trova un minorenne.
- ✓ due *Hotlines*: una hotline è un servizio riservato agli utenti della Rete che offre la possibilità di segnalare la presenza online di materiale pedopornografico. I due servizi messi a disposizione sono: il “Clicca e Segnala” di Telefono Azzurro e “STOP-IT” di Save the Children. Una volta ricevuta la segnalazione, gli operatori procederanno a coinvolgere le autorità competenti in materia.

Nello specifico, alcuni degli interventi previsti sono:

- ✓ interventi di sensibilizzazione, formazione e attività di *peer-education* in oltre 200 scuole (tra primarie e secondarie di primo grado) distribuite su tutto il territorio nazionale; seminari interattivi rivolti a studenti, insegnanti e genitori, raggiungendo circa 70.000 persone tra docenti e alunni.
- ✓ formazione di una rete di ragazzi e ragazze in tutta Italia, per portare la loro voce in contesti e agende che ancora non l'accolgono con il giusto peso;
- ✓ interventi mirati alla prevenzione e al contrasto dell'abuso sessuale online dei minori.

Quest'anno, in occasione del Safer Internet Day 2015, il progetto Generazioni Connesse ha lanciato anche la campagna di sensibilizzazione “*Se mi posti ti cancello*”, con una forte componente di *call to action*: un video di lancio ha invitato ragazzi/e alla realizzazione di una web serie che, in cinque pillole, raccolga interviste in cui si raccontano, in modo ironico e giocoso, le esperienze vissute in rete. L'intento è quello di “uscire dal silenzio” e raccontare le proprie “strategie di sopravvivenza” per condividere con i pari il senso delle relazioni online. L'iniziativa è aperta a ragazzi e ragazze dagli 11 ai 16 anni.

Generazioni Connesse, dunque, è un progetto nazionale e prevede interventi di formazione rivolti agli insegnanti, genitori e ovviamente agli studenti utilizzando attività di *peer-education* (letteralmente “educazione tra pari”); si tratta di una strategia educativa volta ad attivare un processo spontaneo di passaggio di conoscenze, di emozioni e di esperienze da parte di alcuni membri di un gruppo ad altri membri di pari status; un intervento che mette in moto un processo di comunicazione caratterizzato da un’esperienza profonda, intensa e autentica tra i soggetti coinvolti. Questa è una delle ultime attività realizzate a tutt’oggi dal Miur, ma quest’ultimo non intende e non deve in nessun modo abbassare la guardia rispetto a un fenomeno sempre più dilagante e difficile da gestire. Poiché anche le scuole sono luoghi strategici e deputati a dare risposte adeguate al problema del cyberbullismo, il Miur ha il compito di supportare ogni iniziativa di formazione in servizio e di aggiornamento che possa fornire agli operatori scolastici e, in primo luogo ai docenti, tutti gli strumenti di tipo psicologico, giuridico e sociale per prevenire, ridurre e contrastare le nuove forme di prevaricazione e violenza giovanile.

7.5. Un ambulatorio nella capitale italiana: il primo a curare i danni reali di offese virtuali

Al Policlinico universitario Agostino Gemelli, il 25 febbraio 2014, è stata inaugurata la struttura dedicata al bullismo via web. Aperta non solo alle vittime, ma anche ai cyberbulli per curare, ma anche prevenire, il drammatico fenomeno sempre più in crescita in Italia, con conseguenze purtroppo troppo spesso drammatiche. Coordinato dal dottor Federico Tonioni, dell’Istituto di Psichiatria e Psicologia dell’Università Cattolica di Roma, l’ambulatorio sarà dedicato alla prevenzione e alla cura psicologica delle giovani vittime da cyberbullismo, estendendo questa funzione alla riabilitazione di adolescenti aggressivi con disturbi comportamentali e tendenza antisociale. Si è pensato di considerare ovviamente anche i bulli, perché nessun soggetto in origine nasce tale. Per cui sia nelle vittime, sia nei bulli bisogna lavorare sull’affettività. Questo fenomeno del cyberbullismo è in continua crescita, dice Tonioni, perché dietro al cyberbullismo

ci sono le relazioni tra gruppi di pari negli adolescenti. Gli adolescenti vivono di relazioni, vivono di immagine. Il cyberbullismo è un qualcosa che, attraverso l'aggressività, distrugge l'immagine delle persone e compromette la loro identità in fieri. La cura e la riabilitazione sono svolte attraverso psicoterapia e terapia di gruppo, con uno spazio di ascolto anche per i genitori, spesso privi delle armi per intervenire in modo efficace. Con le vittime, spiega lo psichiatra Tonioni, il focus di intervento farà riferimento alla capacità del giovane di gestire la propria aggressività, di solito trattenuta, per poter costruire il proprio spazio nel mondo e dotarsi degli strumenti per evitare di rendersi "disponibili" a essere perseguitati. Con i bulli invece il focus dell'intervento farà riferimento alla capacità di diventare empatici, evocando sentimenti di colpa con lo scopo di lavorare sull'affettività. Fatto questo, un bullo riesce a mettersi nei panni dell'altro. Questa iniziativa per il cyberbullismo nasce in collaborazione con la Polizia di Stato ed è in continuità con l'Ambulatorio per la Dipendenza da Internet del Policlinico Gemelli, di cui è responsabile sempre il dottor Tonioni, che dal 2009, primo nel genere in Italia, ha accolto e curato oltre 600 pazienti. L'ambulatorio per il cyberbullismo, spiega l'esperto, fa riferimento al Day hospital di Psichiatria e Farmacodipendenze del Gemelli (di cui è responsabile Pietro Bria) e all'Istituto di Psichiatria e Psicologia della Cattolica di Roma (diretto da Eugenio Mercuri). Le vittime e i bulli fanno parte della stessa "operazione", chiamata cyberbullismo e riguarda la gestione dell'aggressività, degli istinti e dell'impulsività tra gli adolescenti, da due prospettive diametralmente opposte. Bisogna considerare che le vittime del bullismo hanno bisogno, oltre che di un sostegno psicologico, anche di lavorare, come i bulli, sulla propria aggressività. È stato visto che l'aggressività di chi è potenzialmente vittima, spesso, è molto trattenuta, è come ripiegata su sé stessa: ovvero, una vittima può rendersi disponibile inconsapevolmente alla persecutorietà ancor prima di aver incontrato il primo bullo. Secondo Tonioni, l'esperienza appresa nella cura della dipendenza da internet consente di approcciare ogni forma di psicopatologia web-mediata con un'idea precisa sulla gestione che gli adolescenti fanno delle emozioni, dell'aggressività e delle condotte sessuali, quando sono online; inoltre, la riabilitazione affettiva dei

cosiddetti bulli può avere tra i giovani una risonanza particolare, perché configura anche per gli adolescenti eccessivamente aggressivi un'idea di disagio psichico e sofferenza cui va dato uno spazio. Fondamentale, affinché il fenomeno venga allo scoperto, sostiene Tonioni, è il ruolo dei familiari di vittime e di cyberbulli, a cui è stato dedicato uno spazio di ascolto nell'ambulatorio. La struttura, inoltre, potrà potenzialmente mettersi in raccordo con istituti scolastici per cercare di scovare i possibili utenti, anche grazie alla Polizia Postale e delle Comunicazioni. È stato inoltre immaginato un sito web dedicato all'ascolto online a distanza o la creazione di una specifica pagina sui social media, come Facebook, in sinergia con la pagina della Polizia Postale (www.facebook.com/unavitadasocial), e il profilo Twitter (@unavitadasocial), già attivi dallo scorso 22 gennaio. Ed infine, il centro sta definendo anche un accordo con l'ANP - Lazio (Associazione nazionale dirigenti e alte professionalità della scuola) per una collaborazione su un progetto d'informazione e divulgazione sull'utilizzo delle nuove tecnologie e sui rischi che da queste possono scaturire se ne viene fatto un uso poco adeguato. L'ANP s'impegna a garantire la più ampia partecipazione degli istituti scolastici di ogni ordine e grado, in particolare di Roma e del Lazio. Questo ambulatorio, coordinato dal dottor Tonioni, è il primo completamente dedicato al bullismo online, ma bisogna sottolineare che già a partire da settembre 2008 è stato attivato un ambulatorio multidisciplinare specificatamente indirizzato alle vittime del bullismo (ma anche di cyberbullismo), e alle loro famiglie, presso la Divisione di Pediatria dell'Ospedale Fatebenefratelli di Milano, in integrazione e condivisione con le strutture di Neuropsichiatria infantile, Psichiatria, Centro regionale dell'Epilessia e l'Associazione amico Charly onlus. L'equipe specialistica multidisciplinare può effettuare una valutazione psicodiagnostica approfondita, mediante colloqui clinici con i ragazzi e le famiglie e somministrazione di questionari e scale standardizzate, ed offrire interventi terapeutici ambulatoriali brevi o farsi carico dell'invio ai servizi neuropsichiatrici/psichiatrici di competenza territoriale, a seconda delle necessità cliniche.

Risulta di fondamentale importanza attuare programmi di prevenzione e di intervento sulle vittime e le loro famiglie, specifici e mirati, finalizzati alla promozione dell'autostima ed al recupero delle competenze relazionali e sociali.

Capitolo terzo

RAPPORTO TRA IDENTITÀ E MEDIA NELL'ERA DIGITALE: DIGITAL IDENTITY ASSESSMENT (DIA) E NARCISISMO DIGITALE

Premessa

Nell'era della digitalizzazione, l'identità assume sempre più un volto nuovo dovuto all'incontro e all'incrocio tra identità del mondo naturale ed identità digitale. Il cyberspazio si profila sempre più come uno spazio più che reale nel quale e attraverso il quale l'identità si struttura e ristrutturata. Ciò è tanto vero per l'età adolescenziale quanto lo è per l'età adulta, anche se con sfumature e finalità differenti. La Digital Identity Assessment, una branca della psicologia che indaga l'identità digitale e la confronta con la reale identità dell'utente, ci narra le nuove tendenze degli internauti.

Il narcisismo sembra aderire perfettamente a molte caratteristiche dell'attuale società tecnoliquida, caratterizzata da nuove modalità relazionali, sempre più sulla linea di demarcazione tra ciò che può considerarsi stato di benessere e ciò che può essere nuova forma di patologia psichica. Ed ecco che nascono nuovi comportamenti/disturbi dell'era web 2.0: Pubbing, F.O.M.O. e Nomofobia.

1. Nativi digitali e immigrati digitali al confronto

La rivoluzione digitale, ancora in fase di svolgimento, si è sviluppata all'interno di un determinato contesto socio-economico, quello della società liquida, come descritta da Bauman (2002). Si tratta di una società polimorfa, priva di certezze assolute, dove le situazioni in cui agiscono gli uomini si modificano prima ancora che i modi di agire possano consolidarsi in abitudini e procedure. ITSO, ovvero Inability To Switch Off, così viene definita la sindrome del Terzo Millennio: sempre lì a digitare, a twittare, a condividere, senza differenziare tra giorno e notte, tra casa e ufficio, incapaci di staccare la spina. Stiamo assistendo

ad un cambiamento radicale, ad un passaggio evolutivo dell'umanità dettato dalla necessità di sviluppare competenze funzionali alle nuove tecnologie e alla liquidità del vivere.

Nell'era tecnoliquida, l'adolescenza non è più un'età di transizione, un abito da indossare temporaneamente, che verrà poi dimesso una volta divenuti adulti. Questa fase della vita, già da sempre più 'liquida' delle altre, sembra essere lo status che permette di muoversi meglio nella nostra società destrutturata. Secondo Cantelmi (2013) chi è nato già da sempre immerso nell'era digitale, non potrà mai comprendere fino in fondo i processi cognitivi di chi si è formato nell'era analogica e aveva bisogno di memoria, capacità di attenzione sostenuta, concentrazione, ragionamento simbolico. È questa una delle principali ragioni per cui propone di indicare col termine *Nativi Digitali* (Prensky 2001), gli individui nati dopo il 1990, meno attenti, meno accurati e scrupolosi a livello mnemonico, ma capaci di performance percettivo-comunicative impensabili per chi li ha preceduti; essi utilizzano il cervello in modalità multitasking essendo in grado di utilizzare più canali sensoriali e più modalità motorie contemporaneamente.

I Nativi crescono, apprendono, comunicano e socializzano all'interno di questo nuovo ecosistema mediale, 'vivono' nei media digitali, non li utilizzano semplicemente come strumento di produttività individuale e di svago, sono in simbiosi strutturale con essi (Longo, 2003). Secondo Ferri (2011), i Nativi Digitali considerano le tecnologie come un elemento naturale del loro ambiente di vita e non come una novità entusiasmante o da temere; non hanno nessun imbarazzo nel manipolarle e nell'interagire con esse. Fin da piccoli si relazionano con la tecnologia attraverso il gioco e, talvolta, per prove ed errori costruiscono da soli i propri giochi senza consultare alcun manuale. Infine, tendono naturalmente a condividere con i loro pari le proprie esperienze online; il mondo digitale è per loro un luogo di socialità che non comprime, ma estende i giochi all'aria aperta e le relazioni amicali e sociali.

Il pc è considerato dai Nativi Digitali, come una protesi cognitiva e ludica di uso comune e quasi naturale (Moriggi, Nicoletti, 2009). Infatti, l'estensione digitale del proprio sé per comunicare, intrattenersi e svagarsi è ormai un

comportamento culturale che praticano a partire dalla prima infanzia. In qualche modo, la loro identità si presenta come caratterizzata da una simbiosi mutualistica con la loro identità digitale e cioè con le scritture e le riscritture, attraverso le forme di rappresentazione digitali, del proprio sé, sempre più precoci

I Nativi Digitali vedono e costruiscono il mondo in maniera diversa da chi li ha preceduti: per loro esiste il reale e altrettanto reale è la sua espansione virtuale. Ed è proprio lo slittamento di significato subito da questo termine, segnalato già nel 1995 da P. Lévy, a marciare in modo estremamente chiaro il confine tra Nativi Digitali e Immigrati Digitali. Il virtuale non è il falso o l'illusorio. Nel reale siamo immersi, fa parte di noi e a volte è dentro di noi. Il virtuale (dal latino *virtualis* che viene da *virtus* = forza, potenza) non è una categoria che si oppone al reale, come per troppo tempo si è creduto. Il virtuale è un nodo problematico, perché ha dentro di sé tutte le potenzialità da cui può scaturire l'essere in una sua entità specifica. È un processo creativo, opposto all'attualizzazione e che trascende l'oggetto, inserendolo in un campo problematico e di relazione più vasto (Pecorini, 1999).

Per gli Immigrati Digitali invece, la vita sociale virtuale si configura come una copia, un'imitazione della vita sociale face-to-face in cui è più facile dissimulare rispetto al contatto diretto. È interessante notare come per i Nativi la dissimulazione non sia considerata qualcosa di negativo o scorretto, ma una modalità lecita nel gioco delle relazioni. Nelle relazioni con l'Altro si aggiunge un nuovo aspetto da gestire, l'Avatar, il proprio alter ego digitale. Così il concetto di identità diventa più ambiguo e le relazioni sociali non avvengono più tra due identità solide che si confrontano, ma tra due identità liquide, due soggetti che interagiscono offrendo proiezioni di sé dai confini più tremuli e incerti. Del corpo resta solo un'immagine costruita e sostituibile, la mia 'presentazione di me'; dell'Io psichico solo un contenitore svuotabile, privo di un'identità certa. In questo modo, secondo Cantelmi (2013), i giovani diventano sempre più piegati su sé stessi e incapaci di uscire dalla fase dell'adolescenza. Chiusi nel loro egocentrismo, incapaci di guardarsi dentro e di guardare gli altri, non considerano neppure l'eventualità di recuperare l'autenticità delle relazioni umane. Sono

sempre di più alla ricerca di qualcosa che li scuota dall'apatia: un'emozione forte, profonda, qualsiasi, la più forte in assoluto.

L'Immigrato, che è poi il genitore, l'insegnante, l'educatore del Nativo, preferisce farsi guidare nell'esplorazione del nuovo mondo da chi lo conosce bene. Secondo Cantelmi(2013), gli adulti si sarebbero man mano abituati a pensare che non siano più loro a dover passare conoscenze acquisite ai ragazzi, ma che possa essere, semmai, il contrario. Possiamo definire i genitori di oggi, utilizzando la metafora di Bauman: genitori liquidi, capaci di utilizzare la tecnologia digitale, che hanno un profilo su Facebook, magari pienamente avvolti dalle dinamiche narcisistiche del contesto attuale. Parliamo di genitori affettuosi, accudenti, preoccupati per i loro figli, ma che hanno subito la fluidità e l'ambiguità dei ruoli, e la relazione educativa ne risulta sbiadita proprio nella sua essenza. Il genitore liquido rinuncia a narrare e a narrarsi, a trasmettere una visione della vita, a dare criteri di senso per le scelte, offrendo una molteplicità di opzioni che vanno a determinare nel figlio, un profondo senso di smarrimento. I Nativi Digitali appaiono così privi di certezze, riferimenti stabili, forme solide da cui allontanarsi per poi sapere di potervi tornare (Cantelmi, 2013).

2. Di là dal corpo: analfabetismo emotivo?

Nell'universo digitale c'è un tassello che viene a mancare: il corpo.

Il corpo, la forma esteriore della nostra psiche, è l'abito indossato dal mondo interiore, lo strumento attraverso cui esso si mostra e agisce. Una corretta integrazione tra i processi psicologici d'identificazione e quelli di differenziazione, di cui si fa esperienza attraverso i limiti dell'Io corporeo, condiziona sostanzialmente lo sviluppo dell'identità psichica e del tipo di personalità. È possibile sperimentare tanti ruoli, cambiare identità con frequenza, ma solo fin quanto il corpo lo permetta. Il mondo virtuale invece, permette di abbattere questa barriera e sembrare chiunque si voglia, andando oltre i limiti imposti dal corpo. Il nostro corpo è sì un limite, ma a ben vedere sembra richiamare più l'idea di confine: ci separa dall'altro, ma consente anche di unirvi in un abbraccio, un bacio, che scegliamo di darci. È una barriera protettiva che

separa il mio mondo interno da quello esterno, ma è anche attraverso il corpo che diventa possibile la comunicazione e la socialità. Abolire questo confine potrebbe generare problemi non solo circa la conoscenza e la coscienza del sé, ma anche avere delle ripercussioni sul piano della gestione emotiva.

Secondo Cantelmi (2013), i giovani digitalizzati risultano essere abilissimi nel rappresentare le emozioni, un po' meno nel viverle. Apprendono a scomporre l'esperienza emotiva e a viverla su due binari spesso non paralleli, quello dell'esperienza propria e quello della sua rappresentazione. Sono meno disinvolti nelle relazioni face-to-face, ma calzano a pennello i loro profili digitali: imparano subito a manipolare immagini, foto, che rappresentano, a livello psicologico, parti di sé tradotte in rete.

Il venir meno del corpo favorisce così l'analfabetismo emotivo (Goleman, 1995), fenomeno con cui s'intende:

- La mancanza di consapevolezza e di controllo delle proprie emozioni e dei comportamenti ad essa associati;
- La mancanza di consapevolezza delle ragioni per le quali si prova una certa emozione;
- L'incapacità a relazionarsi con le emozioni altrui e con i comportamenti che scaturiscono da esse.

Diversi autori, tra i quali Galimberti (2007) e Parsi (Parsi, Cantelmi, Orlando, 2009) sostengono che i Nativi Digitali siano caratterizzati da un alto livello di analfabetismo emotivo, dovuto alla maggiore quantità di relazioni mediate rispetto a quelle dirette. Infatti, se osservare di persona una risposta emotiva ci costringe a condividere la sua sofferenza e a moderare parole e gesti, usando il social network l'altro e le sue emozioni non sono immediatamente visibili e non hanno quindi un impatto diretto. L'incapacità di riconoscere le emozioni dell'altro impedisce anche di comprendere le proprie, portando al disinteresse emotivo. Come nota Galimberti (2007, 53), in tali soggetti: "queste connessioni che fanno di un uomo un uomo non si sono costituite, e perciò nascono biografie capaci di gesti a tal punto slegati tra loro da non essere percepiti neppure come propri. E questo perché le emozioni non sono in sintonia con il

pensiero e il pensiero non lo è con il comportamento, perché è fallita la comunicazione emotiva, e quindi la formazione delle emozioni come elementi che, prima di ragionare, ci fanno sentire cosa è giusto, chi siamo noi e cosa ci facciamo al mondo”.

3. La narrazione di sé nell'era digitale

L'identità, parte inscindibile della natura umana, è intimamente legata al desiderio di scoperta e conoscenza, elemento di sé in continua evoluzione. Tale concetto si realizza in una dimensione autobiografica, ossia nella narrazione che si dà di sé, definita da Bruner (1986) con il concetto di pensiero narrativo. Esso costituisce una modalità fondamentale dell'organizzazione dell'esperienza e della comprensione degli stati mentali.

Tuttavia, oggi, vengono da porsi nuove domande: nell'era tecnologica, questa concezione di narrazione di sé può essere ancora valida? È possibile che si sia passati ad una nuova forma biografica e non più soltanto autobiografica, in cui siamo ed esistiamo solo quando sentiamo che il nostro essere è confermato dal rimando che l'altro ci dà? Il diffondersi di forme mediatiche di relazione, ha alimentato la necessità e la possibilità di riconoscere sé stessi nei racconti e nelle conferme degli altri. Oggi si ha a che fare con una soggettività nuova, che solo attraverso l'altro, e il suo sguardo, diviene possibile sperimentare. Siamo di fronte ad uno scenario del tutto nuovo in cui l'altro, di cui sempre meno interessa il nome, cognome, ceto sociale, diventa mezzo di conferma della propria identità ed esperienza.

Inoltre, il contatto tramite la rete e la possibilità di restare anonimi, permette agli utenti di esprimere e sperimentare diversi aspetti della propria identità, che altrimenti inibizioni e/o controllo sociale spingerebbero a reprimere. Grazie alle tecnologie digitali non è più necessario scegliere tra aspetti di sé contraddittori o sforzarsi di trovare una coerenza interiore. Nel decidere l'immagine di sé con cui si intende presentarsi, è possibile scegliere tra più di un profilo, ciascuno con il proprio curriculum vitae, in modo da proporsi come una merce sempre appetibile. La rete amplifica questa capacità di esternare i singoli

aspetti della nostra identità attraverso social network e comunità virtuali tematiche.

In letteratura troviamo diverse riflessioni su contesti comunicativi online che unendo assenza di corporeità ed anonimato (Turkle, 1995; McKenna, Green, Gleason, 2002) consentono di sperimentare identità multiple e anche non convenzionali (pensiamo agli online world o ai MUD). Negli attuali social network, invece, viene meno l'anonimato che aveva caratterizzato le tecno-relazioni via chat, sostituito dall'iper-personalizzazione della propria pagina. Le persone, immettendo contenuti, condividono la propria intimità, l'umore del momento, scattando istantanee del proprio sentire. La virtualità non è più solo evasione, ma si configura come dimensione del reale che incide profondamente sulla struttura e sull'organizzazione della nostra mente. I social network permettono per la prima volta la creazione di reti sociali ibride, contemporaneamente costituite da legami virtuali e da legami reali, dando vita a un nuovo spazio sociale l'interrealtà, molto più malleabile e dinamico delle reti sociali precedenti. Alcuni autori sostengono in proposito la necessità di differenziare tra identità virtuale e identità digitale. In questo caso per identità virtuale si intende un'identità possibile, potenziale, immaginata ma che non ha manifestazione concreta, che non è reale. L'identità digitale, invece, si configura come prolungamento o riflesso di quello che siamo offline e di come gli altri ci percepiscono, il tutto veicolato dagli strumenti digitali.

Facebook è stato il primo social network di rilievo a sostituire l'identità virtuale (il nickname) con l'identità digitale (nome e cognome). Oggi, con i social network, la rete ha acquistato valenza speculare alla vita reale, ne è divenuta un'estensione. La banda larga ha permesso l'inclusione di contenuti multimediali, quali foto, video di noi stessi e la geo-localizzazione consente agli altri di sapere dove ci troviamo.

Secondo Zhao (2006), Facebook rappresenta un ambiente di relazionalità ancorata, in cui le relazioni online si basano anche su quelle offline (dirette o indirette, amici degli amici) e si miscelano con nuovi rapporti ma a partire da un contesto di non anonimato. Questo stato di *nonymity* (Zhao et al., 2008) apre la

strada a hoped-for possible selves (Yurchisin et al., 2005), cioè a sé possibili auspicati. «I sé di Facebook sembrano essere identità altamente desiderabili socialmente, che gli individui aspirano ad avere offline, ma che non sono ancora stati in grado di incarnare per un motivo o per un altro» (Zhao et al. 2008, p.1830).

Attraverso i social media abbiamo visto come sia possibile controllare e definire la propria identità. Se questo implica una serie di aspetti positivi precedentemente descritti, porta anche con sé due problemi: l'instabilità e la mancanza di sicurezza (Palfrey, Gasser, 2009). L'instabilità è legata al primo paradosso dei social network: se è possibile usare efficacemente i nuovi media per modificare la nostra identità, è vero che anche l'intervento esterno può modificare più facilmente il modo in cui gli altri membri della rete percepiscono la nostra identità (identità fluida). Questo provoca una mancanza di sicurezza: nonostante tutti gli sforzi fatti per decidere come presentarsi, non si è mai sicuri che qualche 'amico', consapevolmente o inconsapevolmente, possa improvvisamente cambiare tale immagine.

Mentre nell'interazione faccia-a-faccia il soggetto è il suo corpo, nella comunicazione mediata da computer egli diventa per i propri interlocutori quello che comunica: «Essere digitali significa essere ciò che le nostre dita fanno trapelare di noi attraverso lo schermo [...]. Abbiamo depositato il corpo, momentaneamente, dietro la tastiera. Ci siamo estesi aldilà di noi stessi tramite il cursore. Tabula rasa: di noi possiamo fare e dire ciò che vogliamo (Pravettoni 2002, 46)». Turkle (1997) considera i nuovi media il contesto ideale in cui sperimentare diversi aspetti della propria identità. Mentre K. McKenna (2007) ha messo in evidenza come le persone siano più disposte nei nuovi media a rivelare il proprio vero sé rispetto alla vita reale. Questo perché all'interno di una rete di amici è possibile condividere le proprie convinzioni e le proprie reazioni emotive più intime con minor rischio di disapprovazione o di sanzione sociale (McKenna, 2007). Sia durante l'adolescenza che in età adulta, risulta fondamentale per lo sviluppo individuale poter sperimentare ruoli e identità. I nuovi media possono essere considerati lo strumento ideale per narrarsi, per decidere quali aspetti di sé

presentare agli altri. Ma non solo: permettono anche agli altri componenti della rete di intervenire sulla nostra identità sociale. A tal proposito, Galimberti (2011) parla di intersoggettività enunciativa sottolineando come la soggettività non sia indipendente dall'esperienza interattiva dei soggetti. Ciò avviene soprattutto con i social network sia in maniera diretta, postando un commento sulla bacheca, sia in maniera indiretta attraverso l'uso del *tagging* (etichettare) con cui è possibile associare ad un amico un'immagine in cui lui è presente o una nota di testo a lui riferita (Riva, 2010a). Ciò può avere chiaramente ripercussioni su quella che è la propria identità. Come sottolineano Palfrey e Gasser (2009, 55): «L'identità di un sedicenne è caratterizzata dall'instabilità: può cambiare di frequente. Ma quando è espressa online è caratterizzata da una mancanza di sicurezza: è difficile per un sedicenne in una società collegata a internet tenere sotto controllo chi può accedere alla sua identità o apportarvi cambiamenti».

Ne consegue un'identità fluida e plurale, allo stesso tempo flessibile e precaria, mutevole ma incerta (Talamo, Roma, 2007). Ora, se per un adulto un'identità fluida può essere considerata un vantaggio, per un adolescente può diventare un problema. Infatti Erikson (1995) sottolinea che il superamento della crisi d'identità tipica dell'adolescente occidentale richiede l'integrazione di una serie di componenti:

- Di tipo personale: attitudini e capacità;
- Di tipo sociale: l'inserimento nei ruoli sociali;
- Di tipo esperienziale: le identificazioni infantili e le vicissitudini emotive.

Ritrovarsi in un'epoca in cui l'unione tra reale e virtuale genera un moltiplicarsi di identità, può rallentare il processo di integrazione con conseguenze rilevanti sui rapporti personali e sociali. Secondo Erikson, infatti, il superamento della crisi dell'identità ha due conseguenze: lo sviluppo di un senso di fedeltà ai propri schemi di riferimento (valori e ideali) e la capacità di aprirsi a rapporti stabili e intimi con l'altro. È evidente però, che la generazione dei Nativi Digitali, continuamente alle prese con internet e i nuovi media (Ferri, 2011),

sembra sostituire la stabilità e il futuro con un eterno presente privo di certezze e di legami.

Galimberti (2011, 125-126) evidenzia un duplice rischio per i Nativi Digitali:

- Mancanza di responsabilità nei confronti di sé stessi e della propria identità: la soggettività diviene continuamente oggetto di condivisione, rendendo difficile ricollocare le proprie esperienze nella sfera dell'identità;
- Mancanza di responsabilità nei confronti dell'Altro: il soggetto, in mancanza di una chiara visione di sé stesso, non riesce a fornire risposte circa le proprie azioni nella relazione con l'altro, e non tiene conto degli effetti della propria azione.

La solitudine decisionale che si prova dietro ad uno schermo, altera le scelte in quanto manca della rappresentazione sociale e delle conseguenze nell'immediato. S. Turkle (2012) nel suo saggio *Insieme ma soli* scrive: «Gli adolescenti dormono con addosso il proprio cellulare [...]. La tecnologia fa parte di loro al punto da essere diventata una specie di arto fantasma [...]. Tutto questo li rende abili con la tecnologia, ma determina una serie di nuove insicurezze. Curano le amicizie nei social network e poi si chiedono se sono tra amici. Sono connessi tutto il giorno ma non sono sicuri di aver comunicato» (Turkle, 2012, 23).

Se nei nuovi media è più facile decidere come e quali caratteristiche evidenziare della propria identità, è anche vero che, seguendo le tracce lasciate dalle diverse identità virtuali, è più facile per gli altri ricostruire la nostra identità reale. Ciascuno degli utenti si ritrova presente in diverse applicazioni e in social network differenti; in questo modo, la scelta di cosa pubblicare su ognuno diventa una forma avanzata di gestione della propria identità che può essere definita *personal branding* (Centenaro, Sorchiotti, 2010): «la chiave (del personal branding) [...] è quella di differenziarsi dagli altri con un elemento o un particolare che sia, prima di tutto, memorabile ma anche intrinseco di te come una competenza, un talento, una caratteristica unica. Il personal branding è la comunicazione efficace delle proprie competenze (ibidem, 16-18)».

Così, grazie al personal branding e alla possibilità di far emergere attraverso i nuovi media ciò che ci caratterizza, diventa possibile promuovere sé stessi e la propria reputazione all'interno della rete, ma anche modificare la propria identità. Tuttavia, la facilità con cui i social network permettono di creare e condividere contenuti, ha reso disponibile a chiunque frequenti la rete, una grande quantità di dati e informazioni personali: dai dati anagrafici, ai gusti, alle attività preferite, ai posti visitati. Ne consegue che, seguendo le tracce lasciate dalle diverse identità virtuali e/o digitali, è più facile per gli altri ricostruire la nostra identità reale.

La rete rappresenta un vero e proprio ambiente di generazione di cortocircuiti identitari. Studenti accedono ai profili dei propri professori, datori di lavoro dei propri dipendenti, mamme dei loro figli e delle loro figlie. Il diario, che si era aperto ad un circolo ristretto di persone, generalmente non diverse da quelle frequentate tutti i giorni, diviene un vero e proprio diario pubblico, aperto, in cui l'autore rischia di sovraesporsi, se non ha la consapevolezza della scomparsa di quelle barriere che prima dividevano i diversi microsystemi dei quali siamo partecipi.

4. La menzogna online e la Digital Identity Assessment (DIA)

E' opinione diffusa che in rete si tenda a mentire molto a causa di determinate caratteristiche dei media, che permettono, ad esempio, di mantenere l'anonimato. Ma è davvero così? Alcuni autori hanno cercato di rispondere a questa domanda calcolando la frequenza delle menzogne di un gruppo di soggetti in relazione a determinati contesti comunicativi: faccia a faccia, telefono, instant messaging, e posta elettronica. Da ciò è emerso che al telefono si dicono più menzogne rispetto alle conversazioni faccia a faccia, mentre con la posta elettronica le menzogne diminuiscono. Non è emersa alcuna differenza significativa tra instant messaging e interazione faccia a faccia. I ricercatori spiegano questi risultati sostenendo che la frequenza delle menzogne tende ad essere tanto maggiore quanto più la comunicazione è sincrona e distribuita e quanto meno è registrabile (Hancock et al., 2004). Secondo Joinson (2001) la rete

consente di sviluppare autentiche relazioni in quanto si rivelano molte più informazioni su di sé online che nei rapporti faccia a faccia. Secondo l'autore è la condizione di anonimato visivo che favorisce un maggiore disvelamento del sé e permette la comunicazione e la condivisione di informazioni personali. In una ricerca condotta dalla Whitty (2002) sui siti d'incontri, sono state considerate le aree identitarie su cui si tende maggiormente a mentire. È emerso che le persone mentono soprattutto per risultare più attraenti; le donne mentono più spesso circa la loro bellezza e usano foto datate di sé rispetto agli uomini. Questi ultimi mentono, invece, soprattutto in riferimento all'età anagrafica e/o circa il proprio status familiare ed economico. Inoltre è emerso che chi trascorre meno tempo nelle chat nell'arco di una settimana tende a mentire in misura maggiore. «Forse queste persone non affrontano quello spazio con la stessa serietà dei frequentatori abituali» (Whitty, Carr, 2008, 60).

La Digital Identity Assessment (Valutazione dell'Identità in ambiente Digitale) è una branca della psicologia volta ad indagare e delineare la reale identità dell'utente a partire dai soli indizi digitali. Essa compie delle inferenze relativamente attendibili sulla personalità dell'internauta analizzando le seguenti categorie dimensionali:

- Dimensione estetica: l'avatar e il nickname rappresentano ciò attraverso cui l'utente si presenta e sono in grado di fornire importanti informazioni personali quali il genere sessuale o l'età.
- Dimensione relazionale: la modalità e il contenuto della comunicazione forniscono importanti informazioni relative alla psicologia e/o la psicopatologia dell'utente.
- Dimensione situazionale: il contesto spazio-temporale in cui avviene la comunicazione può fornire molti dati personali e informazioni sull'attendibilità o meno circa l'indagine che stiamo effettuando.

Tale metodica investigativa è stata concepita per essere applicata ad ambienti di rete che prevedono un'interazione in tempo reale o sincrona come le chat testuali o grafiche prive di collegamento audio-video, l'instant messaging e altro ancora; i suoi risultati hanno valore esclusivamente probabilistico. Sono

esclusi dall'analisi i MUD o i social network quali Facebook o Twitter in cui l'anonimato dell'utente non è garantito dalle caratteristiche peculiari del media.

a. Dimensione estetica

Uno degli autori che si è occupato di indagare e classificare gli avatar bidimensionali rispetto alle caratteristiche psicologiche del proprietario è lo psicologo americano Suler. Secondo Suler (2007), specifiche categorie di avatar corrispondono ad altrettante specifiche caratteristiche psicologiche, culturali del giocatore. Egli distingue tra:

- Avatar di seduzione: vengono scelti per il loro forte impatto sugli altri membri, curiosi di sapere chi si celi dietro a un avatar sexy.
- Avatar di potenza: i soggetti hanno spesso una fantasia conscia o inconscia di onnipotenza, celando in realtà vulnerabilità e fragilità.
- Avatar idiosincrasici: questo tipo di avatar è fortemente associato all'individuo, particolarmente originale e creativo, come se fosse un proprio marchio di fabbrica.
- Avatar di facce reali: la maggior parte degli utenti non utilizza una propria foto come primo avatar, preferendo un anonimato che esprima un aspetto limitato della propria personalità e che lasci spazio all'immaginazione, anche solo per divertirsi, sperimentando nuove identità. Quando invece si decide di utilizzare una propria foto si sceglie di essere onesti e intimi, dando un segno di amicizia e perfino di romanticismo.
- Avatar demoniaci: vengono spesso associati alla malizia, a fantasie di aggressività e sensi di colpa, volti ad esprimere il lato oscuro della personalità in modo sublime.
- Avatar di celebrità: i soggetti che scelgono avatar di personaggi famosi possono manifestare il desiderio di essere associati ai requisiti della celebrità (sensualità, intelligenza, potere) o intendono semplicemente diffondere una corrente popolare.
- Avatar di cartoni animati: dietro la scelta di questo avatar si cela una regressione infantile. Con l'aumentare dell'età la scelta del cartone diviene più sofisticato e l'avatar diventa così più seduttivo e misterioso.

- Avatar di animali: ha uno specifico significato psicologico per la persona e rappresenta aspetti reali della propria identità o caratteristiche ammirate dal soggetto.

- Avatar scioccanti: in questo caso il soggetto sceglie immagini bizzarre che fanno dubitare della sua salute mentale

- Avatar astratti: ad utilizzarli sono persone particolarmente concettuali o tendenti a visualizzazioni artistiche di tipo simmetrico.

Secondo lo psichiatra Giannantonio (2007), gli avatar a tre dimensioni, come quelli utilizzati da Second Life, possono manifestare anche un'eventuale patologia del navigatore. Per cui, un internauta nevrotico o psicotico darà vita ad un avatar disturbato.

Alcuni cyberpsicologi si sono interrogati circa i possibili effetti della scelta di un determinato avatar sul comportamento che l'utente adotterà nell'ambiente virtuale in cui agisce. N. Yee e J. Bailenson (2006) della Stanford University, hanno condotto diversi studi sull'argomento. Queste influenze dell'avatar sul comportamento dell'utente sono state chiamate 'effetto Proteus'.

Sono stati fatti vari studi anche sulla scelta del nickname, spesso l'unico elemento identificativo dell'utente nel web. Uno studio di Bechar-Israeli (1995), ha evidenziato nella vasta gamma di nickname possibili, una serie di categorie ricorrenti: classi di nickname a cui probabilisticamente corrispondono specifici profili anagrafo-psicologici:

- Nickname metal, violento, demoniaco, epico, eroico: spesso viene utilizzato da adolescenti di sesso maschile.

- Nickname a contenuto sentimentale, poetico, floreale: è scelto in prevalenza da adolescenti di sesso femminile.

- Nickname estetico, cioè composto da particolari fonti: viene utilizzato spesso da adolescenti di sesso femminile e denota creatività.

- Nickname a contenuto sessuale: è utilizzato in prevalenza da adolescenti o adulti di sesso maschile.

b. Dimensione relazionale.

La comunicazione in chat è meno spontanea e al tempo stesso più oggettiva e stabile rispetto alla forma verbale. Dalla sua analisi emergono tratti di personalità come per qualsiasi altra forma di comunicazione. L'anonimato degli interlocutori permette una maggiore libertà di espressione, facilitando l'intimità e la confidenza tra le persone. Tra i comportamenti disfunzionali che spesso riscontriamo nelle chat, vi è il *flaming*, uno stile comunicativo fatto di espressioni molto forti e di insulti utilizzato spesso da utenti particolarmente aggressivi o provocatori. Per difendersi dal flaming, numerose comunità hanno creato un insieme di regole, definite *netiquette*, che regolano le modalità di relazione tra i membri. Il *boombing* invece, è una forma di attacco informatico che consiste nell'invio contemporaneo di grandi quantitativi di mail alla casella dello stesso utente, provocandone l'intasamento e bloccandogli la possibilità di comunicare con l'esterno. È spesso rinvenibile nelle mailing list o nei newsgroup. Anche questo comportamento evidenzia un'indole psicologica tutt'altro che benevola. Il fenomeno del *lurking*, che si riferisce ad uno stile d'interazione passivo in cui si seguono discussioni senza mai parteciparvi, può avere molteplici spiegazioni, ma anche riflettere un certo grado d'insicurezza e passività personale. Una pratica abbastanza comune, soprattutto tra gli uomini, è lo *gender swapping* che consiste nell'assumere in rete l'identità del genere sessuale opposto al proprio. Ciò può essere dovuto al fatto che un personaggio femminile riceva più attenzioni di quello maschile.

Un ulteriore stile comunicativo riscontrabile soprattutto tra gli adolescenti, ma anche in soggetti affetti da turbe psichiche, è quello definito 'senza paura'. Il soggetto tende a negare le proprie incertezze e paure, fornendo un'immagine di sé tanto forte e sicura quanto irrealistica e artificiale. Alla base di questo comportamento possono esservi molteplici ragioni: il voler mascherare e migliorare la propria identità, ricevere maggiore considerazione dagli altri utenti della rete, per assecondare eventuali spinte regressive o di onnipotenza o per la difficoltà strutturale di prendere contatto con la propria fragilità psicologica.

Il testo può darci anche informazioni circa il genere sessuale dell'utente. Witmer e Katzman (1997) hanno evidenziato che le donne utilizzano le emoticons

più frequentemente rispetto agli uomini. Inoltre, un testo con numerosi errori ortografici ci può far riflettere sul livello culturale del nostro interlocutore, uomo o donna che sia.

Inoltre, dall'analisi dell'interazione online, come la velocità d'interazione della comunicazione, è possibile ottenere ulteriori informazioni. Una conversazione in cui i tempi di risposta del chatter sono particolarmente lunghi suggerisce una maggiore riflessività, noia, razionalità e insicurezza o più semplicemente che l'utente è impegnato in altro o non abbastanza esperto del mezzo di comunicazione che sta impiegando. Al contrario, un'interazione più dinamica e interattiva denota tratti psicologici quali impulsività, sicurezza e interesse per l'interlocutore.

Per quanto riguarda poi il contenuto delle comunicazioni, una delle principali ricerche condotte in questo ambito e non ancora smentita dalle recenti pubblicazioni, è stata svolta dalla Herring nei primi anni Novanta. Da questa ricerca è emerso che le donne tendono a comunicare più frequentemente tematiche di tipo personale, emozioni e stati d'animo. Gli uomini invece di solito discutono di lavoro, denaro, sport; fanno un largo uso di articoli e preposizioni, per aumentare l'idea di concretezza ed esprimono maggiormente giudizi (Herring, 1993). Nelle chat sessuali, solitamente i maschi utilizzano un approccio più concreto ed esplicito di quello femminile.

Un altro settore interessante di ricerca riguarda lo sviluppo e il mantenimento della fiducia interpersonale. Whitty e Gavin (2001) hanno intervistato sessanta utenti della rete tra i 19 e i 51 anni sulle loro relazioni online. Secondo i partecipanti allo studio, affinché la relazione progredisse, bisognava passare attraverso una serie di livelli progressivi di fiducia: rivelare il proprio indirizzo e-mail, il proprio numero di telefono e infine il proprio indirizzo abitativo.

c. Dimensione situazionale.

Il luogo in cui il nostro avatar vive e agisce può rivelare molto di noi e concorrere alla definizione dell'identikit psicologica. Tuttavia, non tutti i luoghi di comunicazione permettono la stessa libertà di espressione. Infatti, com'è noto,

alcune chat prevedono la creazione di specifici avatar con caratteristiche predefinite o in linea con l'ambientazione e lo spirito del luogo, indipendentemente quindi, dalla volontà estetica dell'utente. In questo caso l'investigazione psicologica, basandosi su premesse teoriche palesemente fallaci, fornisce un identikit psicologica fuorviante. Prima di compiere qualsiasi DIA è quindi consigliabile verificare in particolare se vi sono sufficienti gradi di libertà espressiva.

La rete è piena di ambienti che offrono servizi di chat, alcuni generici altri dedicati ad argomenti specifici. Come riferisce Cantelmi (2013), le persone che si collegano maggiormente alle chat sono soprattutto donne. A differenza degli uomini che si rivolgono alle chat per vivere esperienze di cybersex, le donne ne fanno un uso più articolato. Le navigatrici utilizzano la rete per fare amicizia, per condividere le proprie esperienze, ma anche per vivere nuove esperienze sentimentali più appaganti rispetto a quelle che hanno nella vita reale (Francas, 2008). Maggiore è la permanenza del soggetto in uno specifico spazio online, più elevata è, ovviamente, la possibilità di individuare le sue invarianti caratteriali. In questo modo, infatti, aumenta la possibilità di raccogliere informazioni sul suo conto.

5. Narcisismo e relazioni web-mediate: c'è ancora spazio per l'Altro?

Ogni epoca, con le proprie connotazioni culturali e socio-economiche, tende a far emergere determinati stili di personalità o caratteristiche psicologiche, a discapito di altri. Lo stile patologico narcisista, sia in termini di disturbo vero e proprio, sia di semplice tratto prevalente della personalità, sembra aderire perfettamente a molte caratteristiche dell'attuale società tecnoliquida, caratterizzata da difficoltà nelle relazioni, identità personali fragili, rapporto strumentale con la società e con gli altri, utilizzato come forma di autoaffermazione. Se il narcisismo è sovrainvestimento delle rappresentanze del sé a scapito delle rappresentanze oggettuali (Strzyz, 1981), è facilmente intuibile quanto possa essere influenzato da una società che, rinforzando sempre più

atteggiamenti narcisistici, si stia trasformando, come un circolo vizioso, in una società super-narcisistica (Giusti, Rapanà, 2011).

Se da un lato, gli aspetti di un narcisismo sano permettono un'integrazione e un adattamento migliore, uno sviluppo creativo del sé come personalità (Goldberg, 1980), una maggiore facilità nel ricoprire ruoli occupazionali che richiedono carisma, presenza sociale, autorità, competitività (Stone, 2000; Pallone, 1999), dall'altro sono talmente rinforzati e sostenuti dall'immagine che la società attuale richiede, che rischiano di soffocare le altre caratteristiche della personalità dell'individuo, soprattutto quelle più a contatto con i valori profondi, con le emozioni più intime e la capacità di esprimerle, sia nel proprio contesto di appartenenza che nella relazione con l'altro. L'Altro non esiste in maniera autentica; esiste come proiezione di tutto ciò che può rispondere ad un ritorno di ammirazione, e allora è bello e ricercato, protetto e stimato, mentre se risponde ad una proiezione di parti del sé scomode, negative, frustranti, viene eliminato senza esitazione (Faimberg H., 2006; Nardulli A., 2006).

Tale dinamica è particolarmente evidente nei rapporti sessuali in rete. In questi casi, si tratta di semplice attività onanistica o è possibile parlare di rapporto? È forse questo il paradosso che sottende a qualsiasi comunicazione online: l'oggetto è comunque sempre parziale, non è mai completamente differenziato dal sé, è intriso delle nostre proiezioni ed identificazioni proiettive. La presenza dell'altro in rete è in qualche modo sempre strumentale, narcisistica. Possiamo considerare l'oggetto in una comunicazione online (o in un rapporto sessuale online) come ciò che Kohut (1971) chiamava oggetto-sé. L'oggetto-sé è l'altro non ancora completamente differenziato dal sé del bambino che contribuisce a costituirlo se svolge adeguatamente le sue funzioni. Gli oggetti-sé rispondono a bisogni di gratificazione narcisistica, svolgendo funzioni di rispecchiamento e idealizzazione: gli oggetti-sé riflettenti rispondono al bisogno di ammirazione del vissuto di onnipotenza e grandiosità del bambino (sono perfetto), quelli idealizzanti permettono di sperimentare un senso di fusione con un oggetto-sé idealizzato (sono perfetto e sono parte di te).

È possibile ipotizzare che il soggetto che usa una webcam per mostrare il proprio corpo durante una conversazione erotica, usi l'altro come oggetto-sé riflettente, come specchio. Ciò è facilitato dal fatto che dall'altro arrivano solo parole o al massimo immagini su uno schermo, il che rende più difficile la differenziazione e più potente la proiezione. Kohut definì l'energia libidica che investe gli oggetti-sé, libido narcisistica, distinguendola da quella oggettuale (Greenberg, Mitchell, 1983). È stato ipotizzato che la sessualità online sia espressione di una regressione (anche momentanea e non necessariamente patologica) a questa forma di libido, orientata verso un oggetto parziale, l'altro nickname, vissuto come estensione del sé, esplicante funzioni di specchio e idealizzazione (Lavenia, 2012). Ciò che si ricerca, di fronte ad una interfaccia, nella solitudine della propria stanza, non è in realtà un oggetto che soddisfi il proprio desiderio, ma è il desiderio stesso. È emblematico, infatti, come proprio in quest'epoca di liberalizzazione sessuale si assista al fenomeno del calo generalizzato del desiderio, per cui è il desiderio stesso ad essere desiderato.

La sessualità online, così come i legami profondi che vengono creati senza essersi mai visti, possono rappresentare una fuga, un ritiro nella propria solitudine. La sessualità, e con essa l'amore, richiedono la capacità di entrare in intimità con l'altro, di perdere il controllo di sé. Il sesso-amore online può rappresentare allora una difesa di tipo fobico dal timore di perdersi nell'altro. In internet, grazie all'anonimato e alla possibilità di disconnettersi appena lo si desidera, il soggetto sente di avere sempre, o quasi, il pieno controllo della relazione.

6. Narcisismo digitale nell'era tecnoliquida: patologia o estensione del sé?

Secondo diversi autori, il web 2.0 incoraggia lo sviluppo della cultura narcisistica e l'esibizione di identità artefatte e seducenti. L'uomo non è più concentrato sul costruirsi e sul capire chi sia, o cosa voglia veramente, ma utilizza le sue energie per tentare di essere, per convincere gli altri a credere che sia davvero, chi finge di essere (Cantelmi, 2013). Spazio e tempo nella rete vengono completamente annullati, per cui ognuno ha la possibilità di negare la propria

storia personale e scegliersi di volta in volta nuove biografie in base alle mode. Nasce, così, una nuova forma di narcisismo, legata alle nuove tecnologie, che viene definita Narcisismo Digitale. Il Narcisismo Digitale si caratterizza per un culto smisurato dell'apparenza e riguarda la pratica di esibirsi con foto, messaggi, video, frasi, pubblicate o condivise sui social network o in rete, al fine di soddisfare un proprio bisogno di riconoscimento e superiorità. Complici le applicazioni web 2.0 che permettono di creare contenuti autoprodotti con estrema facilità. Per un certo filone di studiosi si tratta di prodotti *nonsense* autoreferenziali, autocitazioni che vanno a gratificare l'Io. Cresce così una sorta di presenzialismo digitale, dove apparire è più importante che essere, dove il numero di contatti o di amici diventa la misura del grado di appeal e del valore personale. In base allo studio condotto dal *Pew Internet e American Life Project*, almeno un navigatore americano su due ricerca il proprio nome sui motori di ricerca per valutare la propria rilevanza su internet. Tale dato risulta preoccupante se consideriamo che il narcisismo digitale può portare all'emergere di patologie quali la depressione per assenza di popolarità sul web o l'esaltazione, dovuta alla presenza e alla fama sui motori di ricerca. L'indagine è stata chiamata *Digital Footprints*, in riferimento alle 'impronte digitali' lasciate da migliaia e migliaia di utenti sui social network al fine di essere ri-conosciuti.

Ma è possibile parlare di Sindrome Narcisistica Digitale (SND)?

L'autore Pauletto (2009) sostiene che la presenza di 5 o 6 tra i seguenti elementi manifesterebbe una possibile patologia narcisistica espressa proprio nel mondo Web, ossia la SND:

- Essere sempre al centro della Web attenzione;
- Essere impegnati e concentrati a soddisfare i propri bisogni (Web compreso);
- Non tollerare rinvii od ostacoli (real-just time);
- Essere seducenti, convincenti e manipolatori (blogsfera, twittersfera, socialnetworksfera);
- Essere competitivi, esibizionisti e megalomani;
- Essere arroganti, egocentrici, intimidatori e aggressivi (websfera);

- Essere talora sprezzanti, invadenti, insensibili (websfera);
- Sentirsi superiori agli altri pretendendo privilegi e riconoscimenti (websfera);
- Non accettare critiche, né consigli, né di dipendere da altri; (blogsfera, twittersfera, socialnetworksfera);
- Essere affascinati da chi è sotto i riflettori, ma anche molto invidiosi (websfera);
- Proiettare lembi del proprio sé sugli altri per soddisfare i propri bisogni (blogsfera);
- Sentirsi ostacolati stimola una reazione con scoppi di rabbia o più raramente con distimia e sintomi depressivi.

Secondo Cantelmi (2012), la SND potrebbe virtualmente originare (o semplicemente accompagnare) altri fenomeni psicopatologici più o meno rilevanti, più o meno persistenti, come ad esempio l'Internet Addiction.

Negli ultimi anni, c'è stata una grande attenzione per l'argomento da parte dei ricercatori cyberpsicologi, e in particolare si è indagata la relazione che intercorre tra narcisismo e social network (Baldwin, Stroman, 2007; Orlet, 2007; Vaidhyanathan, 2006). La preoccupazione riguarda la possibilità offerta da questi siti web di autopromuoversi attraverso autodescrizioni, foto di sé e un gran numero di rapporti superficiali; ciascuno di questi aspetti è potenzialmente legato al narcisismo.

Secondo uno studio condotto dall'Università del Michigan: «Facebook è uno specchio e Twitter è un megafono» (Panek, Nardis, Konrath, 2013); la ricerca ha analizzato in che modo i social media riflettono e amplificano il narcisismo. In particolare gli autori hanno studiato la relazione che intercorre tra narcisismo e quantità del tempo speso a navigare sui social media, e il numero di post giornalieri pubblicati su Facebook e Twitter, includendo la lettura di post e i commenti ad altri. I risultati dello studio indicano che gli studenti universitari e gli adulti utilizzano i social media in modo diverso, e rispettivamente: per aumentare il loro ego e controllare la loro immagine sociale. Questo studio è tra i primi a

confrontare il rapporto tra narcisismo e diversi tipi di mezzi di comunicazione sociale in diversi gruppi di età.

Davenport et al. (2014) indagano il ruolo del narcisismo nell'utilizzo dei social network, in particolare di Twitter e Facebook. A differenza delle ricerche precedenti focalizzate esclusivamente sul loro utilizzo, questa ricerca si concentra sull'uso attivo opposto all'uso passivo, incluso un possibile utilizzo come potenziale scatola nera riguardo la relazione tra narcisismo e social network. In questo studio, il termine narcisismo è usato in riferimento al narcisismo subclinico, un tratto della personalità che ha dimostrato di esistere a diversi livelli nella popolazione normale (Emmons, 1984; Rhodewalt, Morf, 1995; Watson et al., 1984). Il narcisismo subclinico si manifesta in atteggiamenti, convinzioni e comportamenti che sono simili al narcisismo clinico, ma di intensità inferiore. Questa elevata autostima è instabile e per essere mantenuta necessita di fonti esterne (Campbell et al., 2002; Morf, Rhodewalt, 2001). McKinney et al. (2012) hanno trovato una relazione significativa tra narcisismo e il numero di tweets degli utenti, spingendo gli autori a opinare che Twitter potrebbe essere la piattaforma preferita per i narcisisti.

Bergman et al. (2011) hanno dimostrato che tra gli studenti che hanno in media 20 anni, il narcisismo (misurato attraverso il Narcissistic Personality Inventory) non è correlato con il numero di status postati, di post, e di amici su Facebook; questo non sembra essere vero per una popolazione più matura in termini di età. Tra gli adulti (età media di 32 anni) punteggi più alti nella variabile narcisismo sarebbero associati a un maggior uso di Facebook (numerosità di amici e di condivisioni in un dato lasso di tempo).

I ricercatori spiegano questo fenomeno considerando che i ventenni odierni sono di fatto una generazione di Nativi Digitali: cresciuti con Facebook sin dall'infanzia, si sono appropriati di questo social network come pratica comune routinizzata. Invece, per la generazione precedente che non è cresciuta con questi strumenti, postare continuamente il proprio status o le proprie foto su Facebook non rientra nelle norme sociali e relazionali ma è il risultato di spinte narcisistiche.

7. Ego-surfing, selfie e hashtag: tra sharing e oversharing

Il narcisismo digitale si esprime attraverso alcune azioni digitali molto diffuse, non solo tra gli adolescenti: l'*ego-surfing*, il *selfie* e la spasmodica ricerca di *hashtag* popolari per diffondere le proprie opinioni e immagini.

Ego-surfing deriva dal verbo inglese *to surf*, ossia navigare (anche in internet). L'ego-surfing riguarda la ricerca spasmodica d'informazioni su sé stessi; a tal fine vengono utilizzati i più noti motori di ricerca (Google, Libero, ecc.), ma sono disponibili online anche motori di ricerca appositamente creati per controllare la propria presenza in rete. *Egosurf*, per esempio, consente di inserire il proprio nome e l'indirizzo del sito web o blog che abbiamo creato, per monitorare in tempo reale la popolarità della nostra personalità digitale. Ancora, un quoziente numerico, *QDOS* permette di misurare il proprio status online, inserendo i propri profili di social network. Il sistema elabora automaticamente un punteggio relativo sia alla presenza online dell'utente, sia alla frequenza delle attività a lui connesse.

Secondo Magnocavallo, il creatore di *BlogBabel* (sito che si occupa di classificare i blog italiani), sono i blogger i soggetti ad essere maggiormente affetti da narcisismo digitale: essi spesso soffrono, gioiscono, discutono, proprio in base alla posizione che occupano nella classifica di *BlogBabel*.

Si definisce *selfie* (che deriva dall'inglese *self*, letteralmente sé) una fotografia scattata a sé stessi, in genere con uno smartphone, successivamente condivisa sui social network o in rete. Si tratta dell'evoluzione del classico autoscatto al quale si aggiunge la condivisione dell'immagine sul web. L'uso di pubblicare fotografie ritraenti sé stessi nasce con la diffusione dei primi social network, come per esempio My Space. L'avvento di Facebook, con la sua immagine del profilo, ma anche degli smartphone dotati di fotocamera frontale, sono stati decisivi per il diffondersi della pratica dei selfie.

I selfie testimoniano il desiderio ed il piacere di apparire, di mostrarsi e di mostrare qualcosa di sé valutato come positivo e degno di essere condiviso. La loro funzione è quella di ricostruire un racconto delle nostre vite, della nostra

quotidianità, sotto la luce migliore. L'utente è alla ricerca di approvazione che viene espressa attraverso il numero dei 'mi piace' ottenuti per ogni autoscatto, condivisione e complimenti che possano confermare l'immagine e l'idea che si vuole dare di sé. La consapevolezza della condivisione spinge l'utente che si trova di fronte ad una fotocamera, a preoccuparsi della sua apparizione e quindi a scattare continuamente finché non ottiene l'immagine migliore. Esistono a questo proposito svariate applicazioni specifiche per migliorare la qualità dei propri scatti. Vi sono anche moltissimi blog e post che dispensano consigli su come realizzare il selfie perfetto ed elencano gli *hashtag* (parole chiave precedute dal simbolo cancelletto) da associare alle foto da condividere per far sì che vengano visualizzate dal maggior numero di utenti, guadagnando in questo modo popolarità.

Il celebre social network fotografico Instagram non ha fatto altro che alimentare la moda di ostentare un'immagine migliorata di sé stessi: belli, affascinanti e soprattutto perennemente felici. A volte il selfie non è necessariamente del proprio viso o a figura intera: dai semplici autoscatti, si è passati a fotografare parti di sé sempre più intime e a condividerle con i relativi hashtag, ad esempio: #Aftersex, #Underboob, #Belfie, ecc...

Una *digital action* di larga diffusione è poi il *sexting* che consiste nello scambio di post e fotografie con messaggi sessuali espliciti, tramite le applicazioni WhatsApp e Snapchat. Anche se lo scambio avviene in privato, le immagini si diffondono in modo incontrollabile.

Nel condividere i selfie, gli adolescenti rappresentano la maggioranza, ma innumerevoli adulti non fanno certo eccezione. L'attuale generazione dei Nativi Digitali ritiene che condividere sia una naturale estensione di sé. Lo *share* fa parte del loro modo di stare nel mondo, diventa un gesto istantaneo. L'esperienza, per essere vissuta, va condivisa e spesso diventa esperienza proprio perché è pensata nei termini di uno *sharing* di contenuti che la rappresentano. Il mettersi in mostra, talvolta in modo spettacolare, è diventata una maniera di esistere ormai accreditata: narcisisti o meno, esistiamo se possiamo essere visti.

La maggior parte delle persone condivide soprattutto per avere un registro dei propri momenti più salienti e per poterli rivedere successivamente. D'altra parte ci sono alcune persone che semplicemente condividono molto, troppo. Tra i possibili rischi vi è quello dell'*oversharing*, ossia la condivisione eccessiva su Internet di ogni minimo dettaglio della propria vita privata con una platea spesso sconosciuta, non facendo più distinzione tra pubblico e privato.

Secondo la Rutledge (2013), i selfie costituirebbero un prodotto della tecnologia che favorisce l'esplorazione di sé. Nonostante le numerose connotazioni negative, ci sono diverse ragioni per sostenere che i selfie non siano esclusivamente un'espressione di narcisismo patologico:

- I selfie facilitano l'esplorazione di sé e della propria identità.
- I selfie possono manifestare una passione o un interesse che rinforzano l'identità sociale.
- I selfie non mirano esclusivamente alla ricerca di validazione esterna: secondo molti, postare selfie risponderebbe ad un bisogno di approvazione, di connessione e validazione sociale.
- I selfie possono essere normalizzanti: per anni, le persone hanno manifestato preoccupazione per la quantità di immagini di donne ed uomini fisicamente perfetti diffuse dai media. Invece, grazie ai selfie, tra le immagini di profilo e sui siti di condivisione, oggi ci sono molte foto di persone reali oltre alle migliaia immagini di corpi idealizzati.
- I selfie offrono agli utenti la possibilità di narrare la propria vita attraverso le immagini. Le immagini interagiscono in maniera diversa con la mente rispetto al testo, esse codificano l'esperienza anche a livello emozionale

Secondo Cotroneo (2013), il selfie non è un modo per sembrare più belli di quello che si è, ma per darsi un'anima perduta. Attraverso un'immagine esprimere desideri, possibilità, futuri solo sognati. Attraverso elementi come lo sguardo, una maniera di stare in posa, c'è un modo di esorcizzare quel che non si è vissuto. C'è la speranza di diventare, per l'infinito istante dell'immagine, quello che si è sempre desiderato essere. E se quello che si vorrebbe essere si sovrappone troppo a ciò che si è, restano solo immagini spezzate, foto a margine di vite assenti.

8. Nuovi disturbi connessi, nell'era web 2.0: Pubbing, F.O.M.O., Nomofobia

8.1. Phubbing: snobbare l'altro utilizzando lo smartphone

Si tratta di un neologismo sincratico composto dalle parole **phone+snubbing** (snobbare) e descrive l'atteggiamento di chi, in compagnia di qualcuno, lo ignora a favore del proprio smartphone o tablet, anche se in base al contesto ed alle convenzioni sociali sarebbero previste interazioni e/o attenzioni tra i presenti.

Nel maggio 2012, l'agenzia pubblicitaria dietro la campagna McCann Melbourne (Dumb ways to die), ha invitato un certo numero di lessicografi, autori e poeti a coniare un neologismo per descrivere tale comportamento. Il termine è apparso nei media di tutto il mondo, ed è stato reso popolare dalla campagna di stop Phubbing creata da McCann. Il sito della campagna di arresto Phubbing, e relativa pagina di Facebook, faceva parte di un elaborato sforzo pubblicitario volto a promuovere il dizionario Macquarie Australiano.

Il sito è stato originariamente accreditato ad uno studente di college australiano di nome Alex Haigh, successivamente assunto presso McCann. Un breve video/spot pubblicitario del dizionario, intitolato: "È nata una parola", descrive l'intero processo di nascita del neologismo (A Word is Born: Phubbing - Macquarie Dictionary, <https://www.youtube.com/watch?v=AP1h16am3WA>).

Andrew Przybylski e Netta Weinstein (2013), hanno condotto un esperimento su 74 sconosciuti a cui è stato chiesto di conversare a coppie su qualcosa di interessante successo a loro di recente. Il risultato mette in luce che è più difficile chiacchierare con gli altri se sul tavolino accanto a loro c'è un telefono, in quanto fonte di distrazione.

E questo è solo l'effetto del telefono di un terzo, poggiato su un tavolo. Nel momento in cui il telefono è tra le mani delle persone e per di più consente di accedere alla rete, è facilmente intuibile quanto l'interazione possa ulteriormente risentirne. Nasce nel 2013 www.stopphubbing.it, il sito web della campagna anti

Phubbing. Il sito espone gli aspetti negativi del Phubbing attraverso semplici esempi e caricature satiriche. Tra i contenuti troviamo, infatti, la *hall of shame* del Phubbing, ovvero una bacheca della vergogna con le foto di persone intente a ritrarsi con il proprio cellulare nelle pose più disparate, oppure a immortalare i propri ignari amici, anch'essi immersi nell'attività di Phubbing. Le stime relative ai luoghi dove il Phubbing è radicato maggiormente ci dicono che al primo posto troviamo gli Stati Uniti con New York e Los Angeles, al secondo posto l'Europa con Londra e Parigi e infine il continente asiatico con Hong Kong.

È interessante costatare come il cellulare, nato per mettere in contatto, anziché essere uno strumento sociale sia diventato una sorta di barriera virtuale e psicologica. Ecco cosa fa il Phubbing: avvicina a mondi lontani e irreali come l'universo online, ma allontana da quelli vicini e reali fatti di persone in carne ed ossa (Staggini, 2013).

8.2.FOMO: la paura di non vivere "al meglio"

Secondo lo studio del centro americano *Kleiner Perkins Caufield & Byers's* (2013) un utente medio guarda lo smartphone circa 150 volte al giorno, una volta ogni 6 minuti. In aumento anche il numero di coloro che controllano la posta elettronica e i propri profili social molto presto al mattino, presumibilmente appena svegli. I social media possono rendere le persone consapevoli di cose di cui altrimenti non sarebbero mai state al corrente, incoraggiare la socializzazione rinforzando i legami con gli altri; possono innescare un senso di partecipazione (Ellison, Steinfield, Lampe, 2007) motivare comportamenti socialmente attivi nel mondo reale, fornirci una lista informale di cose da fare e luoghi da visitare. Viceversa, possono diventare una "maledizione", favorendo ansia e senso di inadeguatezza. L'essere sempre connessi può indurre le persone a sentirsi in continua competizione con gli altri attori della rete, per di più in una società narcisistica come la nostra.

FOMO (Fear Of Missing Out) è la paura di essere tagliati fuori, il pensiero costante che gli altri stiano facendo qualcosa di più interessante di quello che stiamo facendo noi. E che ci stiamo perdendo qualcosa.

Riguarda il timore di mancare degli strumenti, delle competenze, del linguaggio adatto e sufficientemente aggiornato, per essere accettati e appartenere al gruppo di riferimento. Una paura che porta a controllare in modo compulsivo il cellulare o qualsiasi altro dispositivo, per vedere cosa accade ad amici, conoscenti e sconosciuti. Un bisogno questo che se non viene soddisfatto, può causare una vera e propria crisi di astinenza.

Alcune ricerche hanno studiato la FOMO in relazione ai social media (JWT, 2011, 2012). La JWT, una delle agenzie di marketing più importanti al mondo, ha dedicato nel maggio del 2011 un trend alla FOMO, in cui la definisce come *«il disagio e, talvolta, ogni sentimento che consuma chi si sta perdendo ciò che i propri coetanei stanno facendo, conoscono, o possiedono in più rispetto a sé»*. Secondo questa definizione di FOMO, quasi tre quarti dei giovani adulti hanno riferito di aver vissuto il fenomeno. Questa ricerca ha anche indicato che i giovani provano un disagio intenso quando sentono di rinunciare ad un'esperienza positiva, e che i maschi sono più predisposti rispetto alle donne a rivolgersi ai social media, quando affetti da un senso di FOMO. I risultati di questo primo esame suggeriscono che la FOMO potrebbe essere abbastanza comune tra alcuni gruppi. Detto questo, lasciano aperti ampi quesiti sull'operatività, le correlazioni e la rilevanza complessiva del fenomeno.

Il ricercatore A. Przybylski (2013) è stato il primo, insieme a ricercatori dell'Università della California, di Rochester e di Essex a condurre una ricerca empirica sulla FOMO che fornisca informazioni su come valutarla in modo affidabile e su come si correli con fattori legati al benessere, al comportamento, demografici e motivazionali. Dai risultati complessivi è emerso che:

- La FOMO è la forza che guida l'uso dei social media.
- I livelli di FOMO sono più alti nelle persone giovani e in particolare negli individui di sesso maschile.
- I livelli di FOMO sono influenzati dalle circostanze sociali. Bassi livelli di considerazione della propria vita coincidono con alti livelli di FOMO.
- La FOMO è legata ad un rapporto ambivalente con i social media
- La FOMO è più alta in chi è spesso distratto alla guida.

- La FOMO è più alta negli studenti che usano i social media anche in classe.

In Italia non esistono ancora ricerche in proposito; sono in molti però ad avvertire il disagio che, paradossalmente, viene espresso utilizzando i social network, gli stessi che lo alimentano. C. Fake (2011), co-fondatrice di Flickr, il servizio di photo-sharing, ha detto: «il Social software è sia il creatore sia la cura della FOMO. Si tratta di un processo circolare».

La FOMO tuttavia non nasce con la rete, piuttosto l'avvento dei social network sembra farla emergere a un livello più ampio. I social network accelerano la circolazione di eventi, situazioni, occasioni d'incontro, seminari, happening in modo continuo, e soprattutto in tempo reale. È così, possibile, sapere chi tra gli amici della nostra cerchia parteciperà ad un party, chi intraprenderà un viaggio, chi incontrerà e parteciperà all'evento con il tale personaggio noto e influente. Nasce così il dubbio di aver mancato un'occasione unica, di aver perso quell'evento dove, sembra, siano emersi contenuti e opportunità irripetibili. M. Beck (2013) paragona appunto la FOMO alla sensazione di Cenerentola la sera del ballo. Secondo D. Ariely (2010), nello scorrere le foto e gli aggiornamenti di stato degli altri utenti, la preoccupazione che tira agli angoli della nostra mente è figlia della paura del rimpianto; paura di aver preso la decisione sbagliata su come spendere il nostro tempo. La FOMO è quella sensazione di agitazione, pentimento e invidia che, precisa S. Turkle (2012), «crea un turbinio emozionale e un risentimento verso noi stessi o gli altri, insoddisfazione, ansia e sentimento di incapacità» quando ci rendiamo conto di non essere dove vorremmo.

Non è una patologia riconosciuta a livello clinico, ma la sua presenza può peggiorare una condizione preesistente di ansia e depressione. La FOMO compare quando non riusciamo ad apprezzare le esperienze offline che stiamo vivendo perché il nostro pensiero si focalizza ossessivamente su quello che non stiamo facendo, spiega A. Kozak (2009).

La FOMO non è solo uno stato d'animo; è anche una reazione fisica: sudorazione, prurito, agitazione (Bosker, 2012).

Secondo il sondaggio condotto da MyLife.com (2013), che vanta 60 milioni di utenti, il 56% delle persone ha paura di perdere eventi, novità e importanti aggiornamenti di stato se costretto a stare senza internet e i social network. Il 26% di chi ha partecipato al sondaggio si è detto disposto a rinunciare ad altre dipendenze come fumare o guardare i reality in TV, pur di non perdere l'accesso ai social network. Sempre il 26% degli utenti si è dichiarato poi disponibile a barattare altre dipendenze come fumare o guardare la tv, pur di restare connesso a Facebook e simili. Il sondaggio ha inoltre svelato che circa il 51% delle persone usa maggiormente i social network da due anni a questa parte. Il 27% degli utenti vi accede non appena si sveglia. Inoltre circa il 42% dei partecipanti allo studio ha più di un account, e la percentuale sale al 61% per gli utenti di età compresa tra i 18 e i 34 anni.

Ma non tutti soffrono di FOMO allo stesso livello. Secondo Herbert A. Simon (2012), alcuni individui hanno una maggiore predisposizione a sviluppare questa condizione. Gli Ottimizzatori cercano costantemente la migliore soluzione ad ogni problema e non sono mai completamente soddisfatti di quello che trovano, non si accontentano dell'abbastanza bene, spiega lo psicologo A. Kozak (2009), e questo porta questa classe di persone a grandi successi professionali ma anche a essere estremamente vulnerabili alla FOMO. Non importa cosa gli ottimizzatori stiano facendo: quello che stanno perdendo è sempre migliore. I Soddisfatti, invece, sono quelle persone che accettano la prima opzione attraente che si presenta loro e vanno avanti. Queste persone passano poco tempo a lamentarsi e soffrono in modo minore di FOMO.

8.3.Nomofobia: la paura di restare senza smartphone

Il termine *Nomofobia* è un neologismo che nasce dall'unione delle contrazioni di “no-mobile-phone” e “phobia” e si riferisce alla paura di rimanere senza telefono cellulare, di ritrovarsi improvvisamente isolati in una zona senza connessione di rete o di avere lo smartphone scarico senza una presa elettrica nei paraggi. Il termine è comparso in Gran Bretagna nel 2008, in occasione di un sondaggio sul rapporto degli utenti con il proprio cellulare, realizzato dalla Posta

britannica su un campione di oltre 2.000 persone. Stando all'indagine, il 53% dei britannici intervistati dichiarava di essere ansioso quando non aveva con sé il proprio telefono. Qualche anno dopo, un altro studio condotto in Francia ha rivelato che il 22% dei francesi dichiara che non potrebbe vivere più di un giorno senza il cellulare (Xavier, 2013). I Nomofobi provano una paura sproporzionata di rimanere fuori dal contatto di rete mobile, al punto da sperimentare effetti fisici collaterali simili all'attacco di panico: mancanza di respiro, vertigini, tremori, sudorazione, battito cardiaco accelerato, dolore toracico e nausea. Per questo motivo cercano di evitare gli stati ansiosi mettendo in atto una serie di comportamenti: mantenendo il loro credito sempre attivo, portando un caricabatteria in ogni momento, dando a familiari e amici un numero alternativo di contatto. La Nomofobia è una patologia ancora scarsamente indagata e ancora troppo poco definita. In quanto fobia dovrebbe essere ascrivibile ai disturbi d'ansia, ossia a quelle patologie caratterizzate dalla presenza di un eccesso di ansia che interferisce con il normale svolgimento della vita quotidiana di un individuo. Però uno studio condotto da King, Valença, Nardi (2010), ricercatori del Panic and Respiration Laboratory dell'Università Federale di Rio de Janeiro, sembra indicare che la Nomofobia sia da considerare una dipendenza patologica piuttosto che un disturbo d'ansia. I ricercatori brasiliani avrebbero infatti sperimentato che un approccio terapeutico volto a ridurre l'ansia non sia efficace nel trattamento del disturbo. Per cui sembra di poter ricondurre tale comportamento disfunzionale nell'ambito delle dipendenze patologiche piuttosto che in quello delle fobie.

Secondo una ricerca californiana di *Securenvoy* (2012), il Nomofobo ha sempre lo smartphone a disposizione nel giro di pochi metri di distanza: dal bagno al letto, prima e dopo le ore di sonno. Come per la FOMO, i principali indiziati di Nomofobia sono i giovani: il 77% dei Nomofobi ha tra i 18 e i 24 anni e un 68% subito dopo, nell'età tra i 25 e i 34.

Occorre sottolineare inoltre che le nuove generazioni di telefoni contengono agende, rubriche, foto, brani musicali preferiti, SMS classificati e organizzati per conversazione. Diverse funzioni affettive si sono trasferite sul

telefono e poco a poco questo dispositivo è diventato un vero e proprio milleusi che non ci abbandona mai (Lejealle, 2013). È come un nuovo coltellino svizzero, dichiara P. Marso (2013), promotore dal 2001 delle Giornate Mondiali senza Telefonino. Teniamo tutta la nostra vita nel telefono e, quando lo perdiamo, perdiamo anche una parte della nostra vita. Ecco la ragione dell'angoscia che si potrebbe provare. Il cellulare, quindi, non si limita più a mettere in contatto i suoi utenti tra loro, ma facilita nello svolgimento di alcune attività quotidiane: consente di salvare indirizzi preferiti, funge da strumento di geolocalizzazione che aiuta a trovare rapidamente un ristorante, gli orari del cinema, un parcheggio, una farmacia aperta nelle vicinanze e notizie del genere più o meno utili e/o indispensabili. Tuttavia, l'onnipresenza dello smartphone nella vita di ogni persona, presenta comunque dei limiti: con il telefono, tutto diventa urgente, spiega C. Lejealle. P. Marso (2013) precisa che il cellulare aggiunge un'ulteriore pressione sociale, in particolare nell'ambito professionale, fino a trasformarsi in uno strumento di intrusione nella sfera privata. Si diventa raggiungibili in qualsiasi momento e, di conseguenza, bisogna essere sempre attivi e reattivi.

Capitolo quarto

NOMOPHOBIA: L'UTILIZZO DELLO SMARTPHONE TRA PATOLOGIA E BENESSERE

Premessa

Grazie agli smartphone e tablet (e recentemente phablet) si è sempre connessi, si possono dare risposte, reperire dati e risolvere problemi in tempo reale, ovunque ci si trovi. Ma esiste anche un'altra faccia della medaglia ed è il rischio di sviluppare una paura troppo intensa di rimanere senza il proprio smartphone, soffrire perché non si ha il proprio cellulare a portata di mano o paura di perderlo. Sempre più, infatti, si sente parlare di persone che considerano tale strumento come un prolungamento del proprio corpo che aumenta le facoltà umane e del quale non si può più fare a meno.

Le preoccupazioni relative agli smartphone possono portare ansia, paure e alterazioni dell'umore, difficoltà a concentrarsi, un calo della produttività lavorativa, un indebolimento delle relazioni dirette a vantaggio di quelle virtuali e possono, inoltre, generare comportamenti compulsivi tipici delle dipendenze. Interessanti sono le ricerche condotte da diversi autori come Young, Bianchi e Phillips, Billieux, che hanno analizzato quei fattori psicologici e sociali che possono essere alla base di un comportamento problematico associato all'utilizzo dei nuovi strumenti messi a punto dalla tecnologia.

Per meglio comprendere le potenzialità dello strumento, è interessante esplorare quelle caratteristiche maggiormente legate all'aspetto tecnico che caratterizzano gli smartphone e che hanno fatto sì che questi dispositivi siano diventati, in tempi brevissimi, oggetto essenziale della vita quotidiana dei soggetti rendendoli attraenti e funzionali, anche se non privi di rischi e minacce che sono riconducibili al loro utilizzo; rischi che sembrano derivare da quelle stesse caratteristiche che li rendono così affascinanti.

1. Telefono cellulare e smartphone: quali differenze?

Il termine cellulare (o telefonino) viene oggi utilizzato per indicare i dispositivi telefonici mobili più semplici con poche funzioni e, in media, senza connessione ad internet. I cellulari sono spesso acquistati ed utilizzati da chi non voglia un telefono complesso, ma al contrario punta alla funzionalità e alla semplicità di utilizzo.

Lo smartphone (in italiano telefono intelligente, cellulare intelligente, telefonino multimediale) è un telefono cellulare con capacità di calcolo, memoria e di connessione dati molto più avanzate rispetto ai normali telefoni cellulari. Basato su un sistema operativo per dispositivi mobili, capace di integrare le funzioni del cellulare con molte altre appartenenti al mondo degli organizzatori digitali (PDA - computer palmari, ovvero computer di dimensioni contenute, tali da essere portati nel palmo di una mano e dotati di uno schermo tattile), in particolare quelle connesse ad internet, agli ambienti di lavoro e con finalità sociali, multimediali e ludiche.

Tra queste funzioni sono ormai essenziali:

- la connessione al web;
- le funzionalità multimediali (scattare foto, produrre video, ascoltare musica);
- le funzionalità organizzative (mail, calendario, agenda, documenti);
- le funzioni di utilità (calcolatrice, bussola, navigatore satellitare, ricerche);
- le funzioni ludiche;
- le funzioni sociali (accedere ai social network, condividere contenuti e informazioni).

Gli smartphone hanno cominciato a diffondersi con i primi Nokia dalle funzionalità avanzate, i primi che integravano, ad esempio, un browser per navigare, una sincronizzazione con il computer e la possibilità di scattare foto.

In seguito, visto l'interesse e il successo di questi dispositivi, si sono aggiunti, col passare del tempo, molti altri concorrenti.

A rendere gli smartphone così performanti e funzionali rispetto ai telefoni cellulari di precedente generazione sono: l'aumento delle prestazioni in termini di processamento e memorizzazione grazie a processori sempre più evoluti e a

memorie sempre più capienti; sistemi operativi sviluppati ad hoc (sistemi operativi per dispositivi mobili); interfacce utente sempre più user - friendly (che definisce il grado di facilità e soddisfazione con cui si compie l'interazione tra l'uomo e il dispositivo in termini di efficacia ed efficienza, come ad esempio il touch – screen); diffusione sempre maggiore di applicazioni specifiche.

Oggi, l'evoluzione degli smartphone ha portato alla creazione di sistemi operativi capaci di potenziare le proprie funzionalità scaricando applicazioni.

Nel mercato attuale, il punto di riferimento è diventato l'iPhone della Apple, contornato da una lunga lista di altri dispositivi mobili principalmente basati sui sistemi operativi Android, RIM (Blackberry) e Windows Mobile (Nokia).

Con il termine “app” (abbreviazione di “applicazione”) si intende una variante delle applicazioni informatiche dedicate ai dispositivi di tipo mobile, quali smartphone e tablet.

Un'app per dispositivi mobili si differenzia dalle tradizionali applicazioni sia per il supporto con cui viene usata sia per la concezione che racchiude in sé.

Si tratta, a tutti gli effetti, di un software che per struttura informatica è molto simile a una generica applicazione, ma è caratterizzata da una semplificazione ed eliminazione del superfluo, al fine di ottenere leggerezza, essenzialità e velocità.

Le apps si suddividono in apps native e web apps, con i casi intermedi o misti che vengono talvolta definiti apps ibride.

Le apps native si installano e si utilizzano sul proprio dispositivo mobile e sono progettate con lo scopo di rendere possibile un servizio o una serie di servizi o strumenti ritenuti utili o desiderabili dall'utente, create appositamente per uno specifico sistema operativo. Le apps, infatti, vanno ad ampliare le capacità native del dispositivo incluse all'interno del sistema operativo.

Lo sviluppo di mobile app era inizialmente destinato esclusivamente alla produttività individuale e aziendale. Successivamente, complice la crescente domanda pubblica dovuta alla rapida diffusione dei moderni dispositivi mobili, è stata registrata la rapida espansione in altre aree.

Oggi esistono, infatti, centinaia di migliaia di app: giochi, possibilità di consultare riviste e quotidiani online, ascoltare la radio, fotografare e modificare le foto con particolari effetti grafici, trovare indirizzi e ottenere indicazioni stradali, ricevere informazioni turistiche, prenotare e acquistare biglietti del treno e dell'aereo o direttamente alberghi, seguire ricette e corsi di varia natura, condividere e scambiare informazioni, foto con i propri amici con le app dei principali social network.

La popolarità delle apps ha continuato a crescere, così come il loro utilizzo, fino a diventare strumenti indispensabili e irrinunciabili da avere, al pari di uno smartphone.

2.Smartphone: rischi e potenzialità d'utilizzo

Vi sono diverse caratteristiche che accomunano la dipendenza da Internet e la dipendenza da smartphone per cui è possibile considerare quest'ultima quasi un'evoluzione della prima dal momento che, come si è detto, quasi tutte le caratteristiche di Internet sono state trasferite sugli smartphone con la conseguente possibilità di essere connessi praticamente sempre ed ovunque, in ogni momento della giornata.

Nonostante la ricca bibliografia sulla dipendenza da internet, non è mai stata formalmente identificata questo tipo di dipendenza come comportamento problematico, e viene considerata, piuttosto, un disturbo del controllo degli impulsi (infatti nel DSM 5 è stato aggiunto soltanto il gioco d'azzardo online).

Le nuove tecnologie (Nicolaci, Costa, 2002) hanno incrementato la diffusione di software per MP (Mobile Phone) che precedentemente erano limitati al PC. Questi software sono facilmente disponibili per gli utenti grazie alla diversità dei dispositivi mobili e alla loro facile accessibilità. Considerando questa realtà, un PC può essere facilmente sostituito da un tablet o da un dispositivo MP.

Questi dispositivi permettono di acquisire abitudini nuove, sensazioni "buone e cattive", sintomi ed emozioni che vengono chiamati in cause per indagare su una possibile dipendenza comportamentale. Tra gli aspetti positivi va

menzionata la convenienza, la comodità e la disponibilità, mentre tra gli aspetti negativi la dipendenza patologica, la paura e l'ansia.

Soffermandoci sui benefici derivanti dall'utilizzo delle nuove tecnologie, per esempio Geser (2004) riscontra come questo dispositivo mobile permetta alle persone di comunicare evitando che siano costrette alla prossimità fisica e all'immobilità spaziale.

Walsh et al. (2006) hanno cercato di identificare i benefici psicologici che provengono dall'utilizzo del MP così come le conseguenze negative associate. Allo studio hanno preso parte 32 adolescenti australiani (13 maschi e 19 femmine) con età compresa tra i 16 e i 24 anni.

E' risultato che mentre la maggior parte dei giovani utilizza il cellulare in maniera appropriata, alcuni lo utilizzano in maniera massiva (più di venticinque volte al giorno) e in momenti inappropriati (per esempio nei cinema o quando guidano) (Walsh e White, 2006).

I partecipanti allo studio condotto da Walsh et al. (2007) affermavano che perdere il cellulare avrebbe significato l'incapacità di contattare gli altri, ma, allo stesso tempo, molti partecipanti notavano come l'essere perennemente disponibili in alcuni casi potesse risultare svantaggioso e inappropriato.

La cornice teorica utilizzata nello studio condotto da Walsh (2007) per analizzare le dipendenze dalla tecnologia è quella sviluppata da Brown (1993, 1997). I sintomi evidenziati, in modo simile al DSM-IV TR, sono: salienza, conflitto, euforia, tolleranza, ritiro sociale, ricaduta e ripristino della dipendenza. I criteri enfatizzano i sintomi psicologici e comportamentali della dipendenza piuttosto che quelli fisiologici, maggiormente presenti nella dipendenza da sostanze. La caratteristica che maggiormente definisce questo tipo di dipendenza è l'iperattaccamento ad un oggetto o ad un comportamento con il risultato che il comportamento continui nonostante le conseguenze negative (Orford 2001).

Gli indici di dipendenza, secondo Brown, sono:

- *salienza*: la salienza cognitiva si verifica quando il pensiero del cellulare esclude altri processi di pensiero (Brown, 1997) e, nello studio condotto da Walsh (2007), risulta evidente nel momento in cui i partecipanti parlano di come

non riescano a focalizzarsi su altre attività perché vengono continuamente distratti dal pensiero del proprio cellulare. Oltre la salienza cognitiva va menzionata quella *comportamentale*, ovvero l'utilizzo o il controllo regolare del proprio cellulare durante le attività quotidiane;

- *conflitto*: alti livelli di salienza spesso entrano in conflitto con altre attività (Brown, 1997) interferendo con esse (lavoro, guida, attività sociali), ma non con quelle interpersonali che permettono di rimanere in contatto con gli altri. Questa dimensione può aiutare a differenziare le persone che risultano dipendenti dal cellulare da quelle che non lo sono. Per esempio le persone dipendenti possono non riuscire a resistere ad usare il cellulare in situazioni inappropriate;
- *euforia o conforto*: l'euforia è associata a sensazioni di piacere entro un breve periodo di tempo (Brown, 1997). L'euforia associata all'utilizzo del cellulare sembra essere in relazione a sensazioni in cui ci si sente amati o considerati positivamente quando vengono ricevute telefonate o messaggi (Walsh et al., 2007);
- *perdita del controllo o tolleranza*: l'utilizzo eccessivo del cellulare è correlato alla perdita di controllo del tempo in cui viene utilizzato (Brown, 1997);
- *ritiro (impotenza)*: spiacevole sensazione di non sentirsi capaci di fare determinate cose (Brown, 1997). La maggior parte dei partecipanti allo studio condotto da Walsh et al. (2007) riferisce, nel momento in cui non può essere contattata attraverso i propri cellulari o non può utilizzarli, elevati livelli di disagio personale che derivano dalla sensazione di essere disconnessi da altre persone. Quindi, è la perdita di contatto con gli altri che aumenta la sensazione di impotenza. I soggetti riferiscono che, nel momento in cui non possono utilizzare i propri dispositivi mobili, cercano di utilizzare misure preventive come assicurarsi che il proprio cellulare sia costantemente carico o utilizzare canali di comunicazione alternativa come le e-mail o i telefoni fissi per limitare la sensazione di impotenza;
- *ricaduta e ripristino*: queste due dimensioni si sviluppano nel momento in cui si è tentato senza successo di ridimensionare un determinato comportamento con il

risultato di ripristinarlo in maniera simile o anche a livelli maggiori (Brown, 1997).

L'ampia diffusione dello smartphone tra i giovani è dovuta indubbiamente ai benefici psicologici che derivano dal suo utilizzo. Infatti, questi dispositivi tecnologici aumentano il senso di inclusione sociale e di connessione agli altri (Mathews, 2004; Wei e Lo, 2006).

Lo smartphone ha sostituito molti dispositivi tradizionali come sveglie, telecamere, videocamere, diari, agende, lettori musicali e molto altro.

La possibilità di personalizzare il proprio smartphone attraverso suonerie e screensaver riflette, poi, la propria personalità (Srivastava, 2005) e alcuni giovani utenti credono che usare un dispositivo mobile tecnologicamente avanzato migliori il proprio status tra i pari (Ozcan e Kocak, 2003). Le adolescenti, in particolare, affermano che avere un cellulare aumenti il senso di sicurezza percepito, specialmente quando sono sole di notte o quando hanno bisogno di contattare velocemente qualcuno in caso di emergenza (Carroll, Howard, Peck e Murphy, 2002).

Un interessante punto di vista è quello proposto da Cassidy (2006) il quale afferma che esistono somiglianze tra l'utilizzo dello smartphone e alcuni comportamenti di dipendenza come il fumo. E' noto che gli adolescenti si impegnino spesso in attività che gli permettono di attribuirsi caratteristiche positive con il risultato di migliorare la propria percezione di appartenenza al gruppo sociale di riferimento. Per esempio, l'utilizzo dello smartphone può sostituire alcune funzioni che prima venivano fornite dal fumo come, appunto, l'approvazione sociale. Cassidy (2006) sostiene che l'utilizzo dello smartphone tra i giovani permetta lo sviluppo di una "dipendenza positiva", e non negativa, che fornisce una vasta gamma di benefici associati. Inoltre lo smartphone rappresenta uno strumento che facilita la connessione tra giovani.

Tuttavia Orford (2001) sottolinea il rischio che le dipendenze positive possano diventare negative nel momento in cui le conseguenze avverse superino i benefici.

3. L'utilizzo problematico dello smartphone

Nonostante i potenziali vantaggi associati alla tecnologia mobile sin dalla sua introduzione nel 1932, il suo utilizzo non è privo di rischi.

Esistono alcuni comportamenti associati agli smartphone che sono considerati problematici e, come conseguenza, vi è un incremento nel numero di controlli legislativi e sociali che cercano di moderarne l'utilizzo, come il divieto di utilizzare telefoni cellulari negli ospedali, negli aeroporti o nelle stazioni di rifornimento di benzina.

Nonostante questi divieti e la conoscenza dei potenziali rischi (guidare mentre si è al cellulare; cellulare come strumento per violare la privacy, ecc.), le persone continuano a usare i telefoni cellulari nei momenti meno opportuni e, quindi, è necessario che ricercatori e psicologi analizzino i meccanismi comportamentali e psicologici che giocano un ruolo nel definire quando questo comportamento può considerarsi problematico.

L'impatto delle nuove tecnologie sulla salute mentale e il loro utilizzo disadattivo possono produrre disagio o disturbi psicologici. Per esempio Whang et al. (2003) hanno riscontrato una correlazione significativa tra dipendenza da internet e stati psicologici negativi come la solitudine, la depressione e il comportamento compulsivo; Niemz et al. (2005) hanno scoperto un'associazione tra utilizzo patologico di internet e autostima.

Ancora, Yen et al. (2008) ha mostrato come gli adolescenti che utilizzano eccessivamente internet presentino un maggiore rischio di psicopatologia rispetto ai coetanei che lo usano di meno, come ostilità, depressione, ansia, fobie e sintomi di dipendenza.

Tra le conseguenze negative relative, specificamente, all'utilizzo dello smartphone, ricordiamo Van Den Bulck (2003) che sostiene che l'utilizzo della funzione Short Message durante la notte possa essere un fattore che causa disturbi del sonno tra bambini e adolescenti.

L'utilizzo dello smartphone, inoltre, può ridurre la qualità dell'attenzione agli eventi del mondo reale (Strayer, Drews & Johnston, 2003; Strayer & Johnston, 2001).

Koivusilta et al. (2007) affermano che nelle famiglie con status socioeconomico più basso, gli adolescenti utilizzando i telefoni cellulari più frequentemente rispetto alle famiglie con uno status socio economico più elevato. Merlo e Stone (2009) hanno riscontrato un'associazione tra tratti ansiosi, dipendenza e abuso dello smartphone, evidenziando un'interazione con l'assertività, l'ansia, la vulnerabilità e l'emozionalità.

Nello studio condotto da Augner e Hacker (2012) è stato dimostrato che lo stress cronico e la depressione sono associati positivamente a un utilizzo problematico dei dispositivi mobili, così come alcuni tratti di personalità come l'estroversione, mentre invece la stabilità emotiva è associata negativamente.

3.1.Dipendenza tecnologica: pareri discordanti

Il concetto di dipendenza tecnologica è stato esaminato da diversi autori.

Le dipendenze dalla tecnologia implicano interazioni eccessive e disadattive uomo-macchina e si sviluppano quando i soggetti dipendono da un dispositivo che fornisce benefici psicologici come la riduzione dell'umore negativo o l'incremento di risultati positivi (Griffiths, 1999). Diversamente dalle dipendenze da sostanze, quelle tecnologiche possono non produrre segnali o sintomi osservabili e il soggetto dipendente sembra che si comporti in maniera normale e socialmente accettabile (Lemon, 2002) rendendo problematica una eventuale diagnosi.

Allo scopo di predire quando un certo utilizzo dello smartphone può essere considerato problematico, Bianchi e Phillips (2005) hanno ideato e validato la Mobile Phone Problem Use Scale, uno strumento self – report che indaga su dimensioni potenzialmente predittive, come l'estroversione, l'autostima, il nevroticismo, il genere sessuale e l'età.

Gli strumenti utilizzati in questo studio sono stati:

- *Mobile Phone Problem Usage Scale (MPPUS)*: valuta la quantità di tempo trascorsa a utilizzare lo smartphone durante la settimana, il numero di persone che l'utente chiama regolarmente e la media del credito che viene utilizzato al mese;

- *MMPI – 2 Addiction Potential Scale* (Weed N. C. et al., 1992): valuta l'abuso potenziale di sostanze e di alcool;
- *APS*: è una scala costituita da 39 item utilizzata per valutare caratteristiche di personalità e stili di vita associati all'abuso di sostanze e di alcool;
- *Coopersmith Self Esteem Inventory (SEI)* (Coopersmith S., 1989): questionario costituito da 25 item che valuta le attitudini verso il sé in aree sociali, accademiche, familiari e personali ed è utilizzato per esaminare tratti di personalità associati all'autostima, in particolare bassi livelli di autostima che sono associati a comportamenti di dipendenza;
- *Eysenck Personality Questionnaire – Revised Short Scale (EPQ)*: questionario costituito da 48 item che valuta tre dimensioni della personalità, ovvero estroversione-introversione, nevroticismo e psicoticismo;
- *Mobile Phone Use Survey*: consiste di tre sezioni che valutano dettagli demografici, utilizzo dello smartphone e il suo utilizzo problematico.

I risultati dello studio evidenziano che l'utilizzo problematico dello smartphone sarebbe una funzione dell'età, dell'estroversione e di una bassa autostima, ma non del nevroticismo.

Per quanto riguarda la dimensione del genere sessuale, ricerche passate hanno riscontrato che gli uomini, rispetto alle donne, siano più inclini a sviluppare atteggiamenti positivi rispetto ai computer e alla tecnologia associata ai computer (Ray C. M. et al., 1999) con il rischio di utilizzarla in maniera più problematica (Schumacher P., 2000), per cui ci si potrebbe aspettare lo stesso comportamento con gli smartphone.

Sembra che le donne utilizzino lo smartphone maggiormente per ragioni sociali, mentre i maschi anche per scopi lavorativi.

In realtà, il genere sessuale non predice né il tempo complessivo di utilizzo dello smartphone, né il suo utilizzo problematico (Bianchi e Phillips, 2005).

Infatti, con il passare del tempo, le differenze di genere rispetto alla tecnologia hanno cessato di esistere. Le donne, oggi, stanno sviluppando una maggiore attitudine verso la tecnologia (Ray C. M. et al., 1999) e sembra che sia uomini che donne la abbraccino in maniera equivalente.

Relativamente al fattore età, ricerche passate hanno evidenziato che le persone più anziane siano meno inclini dei giovani a interagire con le nuove tecnologie. Questo è in parte dovuto a fattori culturali, ma anche fisici visto che i giovani sono agevolati da una vista migliore e da una maggiore destrezza manuale che gli permette di utilizzare maggiormente soprattutto la funzione scrittura tramite tastiera touch (Charness N., Bosman E. A., 1992).

La ricerca condotta da Bianchi e Phillips (2005) ha confermato queste ipotesi.

La letteratura a disposizione mette in evidenza che lo smartphone, in particolare nei giovani, gioca un ruolo importante nell'influenzare l'autostima.

Questa, infatti, è stata spesso associata ai comportamenti di dipendenza (Marlatt A. G. et al., 1988). Baumeister (1997) afferma che bassi livelli di autostima portino i soggetti a comportarsi in modo controproducente per fuggire dalla propria autoconsapevolezza.

Gli apparecchi tecnologici possono essere utilizzati come strumento per scappare da situazioni che gli utenti trovano avverse (esempio: comportamenti di auto reclusione).

Un utilizzo eccessivo e problematico dello smartphone può predire, quindi, bassi livelli di autostima.

Bassi livelli di autostima e depressione sono stati messi in associazione con altri problemi comportamentali come l'utilizzo problematico di internet, il gioco patologico, la ricerca di rassicurazione (Armstrong L. et al., 2000; Rodda S. et al., 2004).

È interessante notare che gli utenti dipendenti da dispositivi mobili sono in parte diversi da quelli dipendenti da internet. Infatti, chi usa in modo massivo internet sperimenta prevalentemente sentimenti di solitudine e lo utilizza per perseguire propositi in maniera solitaria (Scealy M. et al., 2002), mentre chi usa maggiormente lo smartphone lo fa per perseguire prevalentemente propositi sociali.

Anche l'estroversione è una dimensione che può predire un utilizzo problematico dello smartphone.

Eysenck e Eysenck (1991) definiscono il tipico estroverso come un soggetto socievole, che si circonda di persone, che corre rischi, in genere impulsivo e alla ricerca di situazioni eccitanti.

L'estroversione è associata a comportamenti di dipendenza (Lin S. S. J, Tsai C. G., 2002), a situazioni che implicano rischi e a diversi comportamenti problematici (Sumer N., 2003).

Eysenck e Eysenck (1991) suggeriscono che alla base dell'estroversione vi siano livelli sottosoglia di arousal che porterebbero gli estroversi alla ricerca di maggiori stimolazioni.

In secondo luogo, gli estroversi sono più inclini a cercare stimoli sociali per cui tendono ad avere grandi gruppi di amici (Eysenck e Eysenck, 1991) e questo potrebbe portare a un utilizzo problematico dello smartphone.

Infine, l'estroversione sembra essere predittiva di un utilizzo problematico degli smartphone sulla base del fatto che questi ultimi sono considerati uno strumento importante per l'influenza sociale (Charlton T. et al., 2002; Plant S., 2001) e gli estroversi sembrano essere più suscettibili all'influenza dei pari.

Gli estroversi hanno molti amici sui social network con i quali comunicano regolarmente.

Utilizzano lo smartphone per la ricerca di stimolazioni e non lo utilizzano solo per scopi sociali.

I dati suggeriscono che chi spesso tende a correre rischi, come gli estroversi, tende anche a usare più spesso lo smartphone e in modo inappropriato.

Infine, alti livelli di nevroticismo sono caratterizzati da ansia, preoccupazione, umore mutevole e depressione frequente (Eysenck e Eysenck, 1991).

Il nevroticismo è stato messo in relazione con diversi comportamenti disfunzionali come l'anoressia, la bulimia (Davis C., Claridge G., 1998) e la dipendenza da sostanze, ma non sembra essere una caratteristica predittiva dell'utilizzo problematico dello smartphone. Zuckerman e Kuhlman (2000) notano, infatti, che il nevroticismo sia una diretta conseguenza dell'abuso di sostanze, ma non un predittore di esso.

3.2.Dipendenze o pseudo-dipendenze? Quando manca la “sostanza”

Tradizionalmente, il concetto di “addiction” (dipendenza) si basava su un modello medico e si riferiva specificamente alla dipendenza fisica e psicologica da una sostanza e non considerava, invece, alcun pattern comportamentale.

Tuttavia, ricerche recenti affermano che questo concetto dovrebbe coprire una gamma molto più ampia di comportamenti (Lemon, 2002; Orford, 2001; Shaffer, 1996).

Oggi, quanto più gli smartphone diventano sofisticati e multifunzionali, tanto più i giovani adolescenti ne sono attratti e rischiano di sviluppare una dipendenza da questa tecnologia utilizzandola non solo per la comunicazione interpersonale (sms, voce, ecc.), ma anche come strumento per cercare informazioni online, intrattenimento, relax, diversivi, fare foto e video, come mezzo per esprimere il proprio status e la propria identità.

Per definire dal punto di vista clinico la dipendenza dai dispositivi mobili è necessario confrontare i criteri che la definiscono con quelli associati ad altri tipi di dipendenza.

Il DSM IV ha stabilito criteri oggettivi e misurabili per valutare la “dipendenza da sostanze” (American Psychiatric Association, 1995). Il criterio diagnostico principale è un pattern disadattivo relativo all’uso di una sostanza che comporta disagio psicologico clinicamente significativo. Tale disagio si manifesta attraverso una serie di sintomi quali ritiro, intolleranza, preoccupazione per la sostanza, perdita di controllo, consumo continuo della sostanza nonostante le conseguenze negative, perdita di interesse per attività sociali, lavorative e ricreative.

La dipendenza dagli smartphone può essere definita come un disturbo del controllo degli impulsi che non implica sostanze tossiche ed è simile al gioco patologico.

I fattori che aumentano la motivazione a usare lo smartphone sono la mobilità, l’immediatezza e l’utilizzo legato allo strumento (come la motivazione a

usare il dispositivo), seguiti da fattori intrinseci come l'affettività e la socievolezza (Leung e Wei, 1999).

L'aumento delle funzioni e delle attività permesse dagli smartphone, ha fatto in modo che questo strumento venisse considerato sempre più come dispositivo da utilizzare nel tempo libero. Inoltre, più gli smartphone diventano economici e sofisticati, più sono accessibili ai teenagers. Tuttavia, l'aumento della diffusione dei dispositivi mobili comporta anche l'incremento di problemi legati alla privacy, all'utilizzo improprio e alla dipendenza.

Leung (2007) ha condotto uno studio in cui intendeva:

- identificare i sintomi della dipendenza che sono associati all'utilizzo degli smartphone tra giovani adolescenti di Hong Kong (402 adolescenti di età compresa tra i 14 e i 20 anni);
- esaminare quanto i fattori demografici e psicologici (noia, ricerca di sensazioni e autostima) siano in relazione ai sintomi di dipendenza;
- esplorare quanto questi fattori, i sintomi della dipendenza dagli smartphone e il capitale sociale possano predire un uso improprio dello smartphone.

Questo studio può essere considerato un ampliamento del lavoro di Bianchi e Phillips (2005). Infatti è stata utilizzata la MPPUS ideata dagli autori per valutare la dipendenza dagli smartphone utilizzando diciassette items, di cui otto utilizzati nella valutazione della presenza o meno del gioco patologico, nel DSM IV TR. Dall'interazione tra questi items è stato possibile sviluppare la *Mobile Phone Addiction Index* (MPAI) che contiene, quindi, 27 items valutati attraverso una scala Likert a cinque punti.

Le dimensioni valutate dalla MPAI sono la noia, la ricerca di sensazioni (sensation seeking), l'autostima, il capitale sociale, le caratteristiche dello smartphone prevalentemente utilizzate e quando il suo utilizzo possa definirsi improprio.

La Mobile Phone Addiction Index (MPAI) Scale è stata sviluppata per identificare i sintomi della dipendenza dagli smartphone. I fattori identificati sono:

- difficoltà di controllare il desiderio (l'adolescente nasconde agli altri la quantità di tempo trascorsa ad utilizzare lo smartphone, evita le lamentele di amici e

parenti sul suo utilizzo compulsivo, perde ore di sonno a causa dell'uso eccessivo);

- ansia e appiattimento dell'affettività (sentirsi ansiosi, persi, preoccupati, avere difficoltà a spegnere lo smartphone);
- ritiro e fuga (smartphone utilizzato per fuggire dalla solitudine, dalla tristezza);
- perdita della produttività.

La *noia* è associata a un'affettività negativa e può manifestarsi attraverso la credenza che le esperienze legate al tempo libero non siano sufficientemente frequenti, coinvolgenti, eccitanti o nuove (Iso – Ahola, Weissinger, 1990).

Iso – Ahola e Weissinger (1990) sostengono che le persone siano più soddisfatte della vita e del tempo libero quando percepiscono di avere una quantità di tempo ottimale disponibile per le attività personali. Il comportamento legato al tempo libero è stimolante e psicologicamente importante soprattutto quando gli individui percepiscono di avere la giusta quantità di tempo per dedicarsi ad attività di piacere; in altre parole il tempo libero non deve essere né troppo, né troppo poco.

La *noia* è una dimensione che si trova spesso associata ad attività devianti, in particolare all'uso di droghe e alla delinquenza (Iso – Ahola & Crowley, 1991) e sembra essere implicata anche nella dipendenza dagli smartphone (Leung, 2007). Questa scoperta è piuttosto sorprendente visto che lo smartphone lo si immagina utilizzato soprattutto durante il tempo libero, ma probabilmente, negli ultimi anni potrebbe esserci stata un'inversione di tendenza nelle motivazioni di utilizzo degli smartphone, sempre più legati alle esigenze di utilizzo, piuttosto che al tempo libero.

Per valutare questa dimensione è stata utilizzata la Leisure Boredom Scale (LBS:Iso-Ahola e Weissinger, 1990) costituita da 16 item in cui viene chiesto ai soggetti come si pongono rispetto al proprio tempo libero e come lo usano.

Più alti sono i livelli di *noia* esperiti dal soggetto, più è probabile che si diventi dipendenti dagli smartphone (Leung, 2007).

Ricerche passate hanno messo in evidenza come la *ricerca di sensazioni* spieghi una vasta gamma di comportamenti 'estremi' come l'uso di droga,

l'aggressività, l'attività sessuale, il paracadutismo, il giocare a computer e con i videogames (Palmgreen, Lorch, Donohew, Harrington, D'Silva, Helm, 1995).

Per valutare la *ricerca di sensazioni* è stata utilizzata l'Adventure - Seeking SubScale che consiste di 4 item e la Sensation - Seeking Scale a quattro dimensioni, adattata da Zuckerman, Eysenck e Eysenck (1978).

I soggetti che ottengono alti punteggi in questa dimensione tenderanno ad essere più dipendenti dagli smartphone.

Inoltre i soggetti che ricercano maggiormente sensazioni nuove tendono a utilizzare in maniera problematica il proprio smartphone (fare fotografie di nascosto, usare gli smartphone in posti inappropriati come ospedali, cinema, ecc.) (Leung, 2007).

La ricerca di sensazioni è il predittore più forte nell'influenzare la dipendenza dagli smartphone, seguito da autostima e noia. Questo significa che gli adolescenti che più probabilmente possono sviluppare una dipendenza dagli smartphone, riportano punteggi alti nella dimensione legata alla ricerca di sensazioni e alla noia per il tempo libero ed hanno una bassa autostima. Nello specifico, Leung (2007) ha riscontrato che l'autostima è predittiva dell'incapacità di controllare il desiderio e sentirsi smarriti e ansiosi. La noia durante il tempo libero è associata, invece, alla difficoltà di controllare il desiderio e alla perdita di produttività.

L'*autostima* è una dimensione che fa parte della "sindrome dell'indisponibilità a comunicare" perché gli individui che hanno una bassa stima di sé si aspettano che gli altri reagiscano negativamente a sé perché non hanno una percezione positiva di sé stessi (Infante, 1976). Quando gli individui hanno una bassa autostima non sono sicuri di sé e, come risultato, sono meno motivati a comunicare perché si aspettano un fallimento. Ricerche passate hanno scoperto che i soggetti tendono a percepire come noiose le attività di piacere al decrescere dell'autostima, della competenza sociale e della soddisfazione per il proprio tempo libero (Iso-Ahola e Weissinger, 1990). Quindi, soggetti con un'alta stima di sé manifesteranno una tendenza minore a essere dipendenti dagli smartphone e

ad utilizzarli in maniera problematica. Questa dimensione è stata valutata attraverso la Rosenberg Self-Esteem Scale a 10 item (Kivimaki, Kalimo, 1996).

Rubin (2002) sostiene che la posizione sociale ricoperta da un individuo, come la personalità o il benessere psicologico (noia, ricerca di sensazioni, solitudine e depressione) e variabili situazionali (interazione sociale o ampiezza del capitale sociale) influenzino la motivazione a comunicare, le strategie per la ricerca di informazioni e i passatempi, come anche la dipendenza da un medium.

Il *capitale sociale* si riferisce a quanto comunicano i membri all'interno dei social network. Complessivamente, la relazione tra capitale sociale e tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICTs) sembra essere reciproca. Infatti, un grande capitale sociale o un network forte, pre-esistente, sono considerati fattori di successo nello stabilire reti virtuali (Fukuyama, 2001). Allo stesso tempo, l'esistenza di ICT permette la creazione di infrastrutture di rete che incoraggiano la formazione di capitale sociale.

Dallo studio condotto da Leung (2007) è stato evidenziato che le funzioni che vengono utilizzate maggiormente attraverso gli smartphone sono lo scambio di messaggi, l'intrattenimento e la ricerca di informazioni.

L'utilizzo degli smartphone è considerato improprio quando viene esperito in posti inadeguati come scuole, ospedali, luoghi di culto. È associato ad un comportamento di dipendenza perché è in relazione alla difficoltà di controllare il desiderio, l'ansia, il senso di smarrimento, ritiro e fuga, perdita della produttività e ampio capitale sociale.

Gli adolescenti dipendenti da nuove tecnologie, utilizzano maggiormente le funzioni principali degli apparecchi di comunicazione, sono più annoiati, tendono di più a ricercare sensazioni nuove e trascorrono circa 56.54 minuti al giorno in più in chat e social network rispetto ai non dipendenti.

3.3.Una dipendenza comportamentale

Nonostante i benefici associati all'utilizzo delle nuove tecnologie della comunicazione, vanno presi in considerazione anche i potenziali rischi.

Infatti, utilizzare gli smartphone mentre si è alla guida di un veicolo, riduce le capacità attentive anche quando, ad esempio, si utilizzino in modalità viva voce (Barkana, Zadok, Morad, Avni, 2004). Inoltre, lo smartphone, può paradossalmente passare da strumento che supporta scambi sociali a oggetto che interferisce con essi (come visto precedentemente nella situazione sociale di Phubbing: Phone-Snubbing).

Considerando che il sovrautilizzo dello smartphone può essere considerato una “dipendenza comportamentale”, lo studio di Billieux (2007) è stato condotto per analizzare la relazione tra utilizzo dello smartphone e impulsività, che gioca un ruolo chiave nei disturbi correlati alla dipendenza (Moeller et al 2001).

L’impulsività è un costrutto multidimensionale (Evenden, 1999) costituito da quattro componenti (Lynam, 2001) che sono alla base della scala UPPS Impulsive Behaviour Scale (Whiteside, Lynam, 2001). Le componenti sono:

- *urgenza*: tendenza a sperimentare impulsi forti, frequentemente sotto condizioni di affettività negativa;
- *premeditazione*: tendenza a pensare e riflettere sulle conseguenze di un’azione prima di intraprenderla;
- *perseveranza*: capacità di rimanere focalizzati su un compito che può essere anche noioso o difficile;
- *ricerca di sensazioni*: tendenza a perseguire attività eccitanti e che portano a sperimentare nuove esperienze.

Lo studio di Billieux (2008) mostra la relazione tra utilizzo dello smartphone, dipendenza percepita dal dispositivo (misurata con una scala Likert a dieci punti) e due componenti dell’impulsività: urgenza e mancanza di perseveranza.

L’urgenza incrementa la dipendenza percepita perché l’utilizzo dello smartphone potrebbe essere un modo per soddisfare impulsi al fine di alleviare l’affettività negativa nel breve termine, mentre una bassa perseveranza e le difficoltà attentive che vi si associano possono promuovere pensieri e memorie irrilevanti che aumentano il numero di occasioni potenziali per usare lo smartphone.

Il primo obiettivo dello studio di Billieux et al. (2008) è stato sviluppare e validare un questionario multidimensionale che valuti l'utilizzo problematico dello smartphone: il Problematic Mobile Phone Use Questionnaire (PMPUQ) che classifica i vari tipi di utilizzo problematico associati agli smartphone: utilizzo pericoloso/vietato, problemi finanziari e sintomi legati alla dipendenza.

Il secondo obiettivo dello studio è stato analizzare nel dettaglio la relazione tra "utilizzo problematico attuale" e "utilizzo problematico potenziale" rispetto alle componenti del modello dell'impulsività UPPS (Whiteside, Lynam, 2001).

Allo studio hanno partecipato 339 soggetti (169 femmine e 170 maschi e l'età media del campione era 25.80). Ai partecipanti è stata somministrata la versione francese del l'UPPS (Van der Linden et al 2006), il PMPUQ, il Beck Depression Inventory (BDI-2, Beck, Steer, Brown, 1998) e il Trait Anxiety Inventory (STAI-T, Spielberger, et al 1993) per indagare la relazione tra impulsività e utilizzo problematico valutando sintomi depressivi e/o ansiosi.

I risultati ottenuti dallo studio di Billieux (2008) non solo confermano che un eccessivo utilizzo attuale dello smartphone è correlato a specifiche componenti dell'impulsività (in particolare urgenza e mancanza di perseveranza), ma ha rilevato anche che un'elevata urgenza e una bassa perseveranza sono fortemente associate alla percezione di dipendere dello smartphone.

Lo studio permette, inoltre, di indagare prospettive che contribuiranno ad una migliore comprensione di quelle determinanti legate all'utilizzo problematico ed eccessivo dello smartphone. Nello specifico:

- utilizzo pericoloso predetto da urgenza e ricerca di sensazioni nuove;
- bassa premeditazione può predirne l'utilizzo in situazioni vietate;
- elevata urgenza predice la dipendenza comportamentale;
- alta urgenza e bassa perseveranza assieme possono essere predittori di problemi legati a gambling on line

3.3.1.Urgenza e perseveranza

L'urgenza è la componente dell'impulsività maggiormente correlata ai vari aspetti dell'utilizzo dello smartphone problematico e attuale. Nello specifico, questa dimensione dell'impulsività è associata a tutti gli aspetti dell'utilizzo "quotidiano" dello smartphone (numero di telefonate fatte e numero messaggi inviati in un giorno) e alle dimensioni associate a un utilizzo problematico (utilizzo problematico, dipendenza, problemi finanziari).

In modo simile, i sintomi correlati alla dipendenza dello smartphone (esempio Nomophobia) emergono con maggiore probabilità nei soggetti che presentano una grande urgenza perché tendono a utilizzare lo smartphone per soddisfare forti impulsi con l'obiettivo di alleviare l'affettività negativa entro il breve termine.

Anche la mancanza di perseveranza gioca un ruolo chiave nell'utilizzo problematico. Questa dimensione dell'impulsività è legata al numero e alla durata di telefonate fatte e messaggi scambiati quotidianamente ed è significativamente predittiva di eventuali disturbi d'ansia. La mancanza di perseveranza può incrementare l'utilizzo dello smartphone perché alcune persone trovano che usarlo li aiuti a liberarsi da pensieri percepiti come irrilevanti. Tuttavia non è stata trovata alcuna relazione tra la perseveranza e il numero di messaggi scritti quotidianamente. È probabile che questo si spieghi perché i messaggi di testo scritti, tendono a soddisfare impulsi entro contesti caratterizzati emozionalmente piuttosto che neutri, il che può spiegare perché i messaggi scritti siano legati ad alti livelli di urgenza, ma non a una bassa perseveranza. Una bassa perseveranza può predire, inoltre, la dipendenza percepita, ma non i sintomi della dipendenza quando questi vengano valutati in modo indiretto. Infine, una bassa perseveranza non predice l'utilizzo dello smartphone nelle situazioni in cui sia pericoloso e/o proibito.

3.3.2. Premeditazione e ricerca di sensazioni

La mancanza di premeditazione è correlata sia alla durata dell'utilizzo dello smartphone che al suo uso quando questi sia vietato. Si può affermare che il non riuscire a percepire le conseguenze avverse potenziali sia correlato ad un

utilizzo prolungato dovuto all'assenza di qualsiasi considerazione secondaria, come ad esempio la perdita di tempo sul luogo di lavoro..

In secondo luogo, la mancanza di premeditazione predice l'utilizzo dello smartphone quando è vietato, ma non è legata al suo utilizzo pericoloso. Questo può essere spiegato dal fatto che telefonare mentre si è alla guida, in genere, non è considerato un comportamento a rischio, mentre le conseguenze negative potenziali dell'utilizzo dello smartphone in luoghi pubblici vietati, sono facilmente immaginabili e risultano più concrete (disapprovazione sociale, allontanamento da un luogo pubblico).

La ricerca di sensazioni nuove è associata maggiormente all'utilizzo pericoloso dello smartphone, come rilevato anche dalle ricerche riportate nei precedenti paragrafi.

Un altro forte predittore dell'utilizzo problematico dello smartphone è il numero di anni a partire dai quali lo si è acquistato. In altre parole, i sintomi della dipendenza comportamentale da smartphone sembrano aumentare nel tempo.

3.3.3. Genere sessuale, ansia e depressione

Un'altra importante dimensione considerata nei vari studi effettuati, è quella relativa alla differenza di genere nell'utilizzo problematico dello smartphone. Le donne inviano più sms degli uomini (Geser, 2006). Tuttavia, non sono emerse differenze di genere relativamente al numero e alla durata di telefonate fatte in un giorno. Le donne tendono a essere più dipendenti degli uomini, mentre gli uomini sembrano utilizzare lo smartphone più frequentemente in situazioni pericolose. Non è sorprendente che le donne presentino più sintomi legati alla dipendenza, in particolare dello smartphone, poiché tendono a presentare maggiori livelli di urgenza, mentre gli uomini utilizzano il cellulare in maniera pericolosa perché presentano livelli più elevati di ricerca di sensazioni.

Anche se l'ansia e la depressione non sono correlate al numero di volte ed alla durata del tempo di utilizzo in un giorno o all'utilizzo problematico dello smartphone, si può riscontrare una relazione positiva tra questi due fattori e il numero di messaggi scritti quotidianamente. L'assenza di relazione tra telefonate

e scambi vari di messaggi (numero e durata) e sintomi depressivi non è sorprendente visto che la depressione provoca la tendenza all'isolamento (Joiner, 1997), mentre le persone ansiose potrebbero essere riluttanti a utilizzare lo smartphone per il fatto di essere raggiungibili in ogni posto e momento e questo potrebbe rappresentare un fattore di stress. Tuttavia, è possibile che le persone socialmente ansiose e/o che abbiano poca sicurezza di sé, trovino più agevole la comunicazione scritta tramite smartphone, piuttosto che quella vocale; comportamento che potrebbe spiegare la relazione positiva tra sintomi ansiosi e/o depressivi e la tendenza ad usare la comunicazione scritta.

4. Abitudine al controllo dello smartphone: gateway habits

Tecnicamente, una dipendenza è definita come un pattern di abitudini ripetitive che incrementano il rischio di disturbo e/o problemi associati personali e sociali spesso esperiti soggettivamente come “perdita di controllo” (Marlatt GA et al., 1988).

Recenti teorie suggeriscono che la dipendenza da internet e dai media sia definibile come lo sforzo per autoregolare un comportamento problematico guidato dall'abitudine. In altre parole, le dipendenze e le abitudini fanno parte di uno stesso continuum (LaRose R. et al., 2003).

I dispositivi tecnologici, essendo ormai parte integrante della vita quotidiana e venendo utilizzati in maniera spesso problematica, possono contribuire a far nascere nuove abitudini.

Il tipo di abitudine che è stata identificata da Oulasvirta et al. (2010) come tipicamente associata ai dispositivi mobili è quella per il controllo: rapidità, ispezione ripetitiva di contenuti dinamici rapidamente accessibili dal dispositivo. Le abitudini al controllo portano gli utenti a fare diverse cose con il dispositivo e questo può incrementare l'utilizzo complessivo stesso.

I comportamenti di controllo emergono e sono rinforzati da “ricompense” informative, ovvero dal rapido accesso alle informazioni.

Mentre sono in molti ad apprezzare il continuo e onnipresente accesso ai social network, la maggiore preoccupazione relativa agli smartphone riguarda il

modo in cui invadono domini privati (Lowry D., Moskos M., 2005) modificando l'utilizzo del tempo che, infatti, sta diventando irregolare, frammentato, sovrapposto (Towers I. et al., 2006; Pantzar M., 2010).

Gli smartphone - computer personali portatili - rappresentano il passo più recente nell'evoluzione dell'informazione portatile e nella tecnologia della comunicazione e, dotati di connessione di rete persistente e supportando l'installazione di nuove applicazioni, hanno il potenziale di produrre nuove abitudini correlate all'utilizzo di internet.

L'obiettivo dello studio di Oulasvirta et al. (2011) è stato quello di indagare nel dettaglio sulla formazione delle abitudini influenzata dagli smartphone con un'attenzione specifica a cosa sono le abitudini e qual è il loro ruolo nell'interazione uomo - computer.

Come approccio scientifico è stata sviluppata una recente teoria nell'ambito della psicologia cognitiva che definisce l'abitudine come comportamento automatico innescato da stimoli situazionali, come posti, persone e azioni che le precedono (Wood W., Neal DT., 2007; Morsella E. et al., 2008). Gli stimoli che innescano comportamenti abitudinari possono essere eventi esterni o stati interni che sono solo in parte correlati alla situazione. Lo stimolo può anche essere il dispositivo mobile stesso. Questa teoria postula che le abitudini portino a dei risultati che possono essere sia positivi che negativi.

Bisogna, però, tener presente che il rischio è che il comportamento possa essere eccessivamente controllato da fattori estrinseci danneggiando il perseguimento di obiettivi determinati dal soggetto stesso.

Le abitudini sono state studiate a partire da due elementi interrelati (Wood W., Neal DT., 2007; Morsella E. et al., 2008):

- comportamenti automatici correlati all'utilizzo degli smartphone;
- stimoli che innescano questi comportamenti.

Se si ipotizza che le abitudini siano un elemento del comportamento poco dispendioso, dovuto a un'esecuzione automatica, è facile comprendere come possa esistere un'associazione tra queste e il fatto di rendere i dispositivi informatici naturali, invisibili e utilizzati in modo pervasivo nel quotidiano.

D'altra parte, le abitudini che sono ripetutamente innescate da stimoli esterni riducono il locus of control interno individuale.

Questa teoria, però, non affronta il modo in cui emergono nuovi comportamenti. Il Behavior Change Model (Fogg B., Hreha J., 2010) suggerisce che il comportamento cambia quando una persona è motivata a raggiungere qualcosa di nuovo, è capace di raggiungerla ed è spinta da stimoli esterni o interni. In questo modo, i due approcci si completano l'un l'altro: l'uno si focalizza sulla nascita dei nuovi comportamenti, l'altro sullo status di quelli "vecchi".

Lo studio di Oulasvirta (2011), in particolare, indaga su tre questioni interrelate:

- quanto le abitudini relative all'utilizzo degli smartphone rappresentino un fattore di primo piano;
- quanto gli utenti sperimentino questi comportamenti come abitudini;
- quali siano i fattori che promuovono la formazione di abitudini.

Questi dati hanno portato ad identificare un particolare tipo di abitudine che è quella relativa al controllo.

L'utilizzo degli smartphone porta alla formazione di abitudini attribuibile innanzitutto alla loro capacità di fornire un accesso rapido a "ricompense" come social network, comunicazione e notizie.

Le abitudini al controllo sono comportamenti automatici in cui il dispositivo permette di controllare immediatamente delle informazioni in modalità standby (per esempio, l'orologio) o accedere a delle informazioni specifiche attraverso determinate applicazioni.

I comportamenti automatici portano gli utenti ad accedere, in modo rapido, a diverse informazioni - ricompensa che li aiutano ad evitare la noia e a fronteggiare la mancanza di stimoli nelle situazioni quotidiane.

Inoltre, è emerso che gli utenti non percepiscono queste abitudini come problematiche. Anche quando l'utilizzo dello smartphone è dominato da un frequente controllo i soggetti descrivono il suo utilizzo, nel peggiore dei casi, come leggermente fastidioso.

Sintetizzando, è possibile affermare che:

- sessioni di utilizzo brevi ripetute nel tempo, o “comportamenti di controllo”, includono gran parte dell'utilizzo di smartphone. Le applicazioni associate a comportamenti di controllo comprendono home screen, rubrica, e - mail, social media e notizie;
- le abitudini di controllo sono particolarmente caratteristiche dell'utilizzo di smartphone. Rispetto all'utilizzo dei laptop, quello legato agli smartphone è significativamente più breve nella durata, anche se più diffuso durante la giornata e quasi due volte maggiore;
- le abitudini possono incrementare l'utilizzo complessivo dello smartphone. Queste abitudini vengono definite “gateway habits”;
- l'accesso rapido a contenuti dinamici può indurre abitudini;
- un'abitudine relativa all'utilizzo dello smartphone è fortemente associata a un particolare contesto che la innesca;
- le abitudini correlate all'utilizzo dello smartphone non sono percepite come problematiche. Infatti, gli utenti descrivono le esperienze legate all'utilizzo di questi dispositivi come positive.

I comportamenti di controllo tipicamente sono molto brevi e includono una sola applicazione del dispositivo mobile che permette un rapido accesso alle informazioni e alle persone. Queste abitudini al controllo agiscono come “gateway” (ponte) per altre applicazioni portando l'utente a intraprendere altre attività con il dispositivo. Gli utenti cominciano aprendo dei portali per accedere a contenuti dinamici per cercare degli stimoli che funzionino da intrattenimento o diversivo. Una volta che il contenuto è stato trovato, l'abitudine al controllo porta a diversi tipi di “azioni”.

I risultati dello studio ci conducono a indagare su una differenza tra smartphone e laptop in quanto è significativamente diversa la loro “disponibilità fisica”: gli smartphone sono maggiormente maneggevoli e disponibili ed utilizzati più spesso durante la giornata, permettendo un accesso più rapido ai contenuti rispetto a pc e tablet.

I valori di ricompensa associati alle abitudini di controllo possono essere suddivisi in tre tipi:

- informativo;
- interattivo;
- di conoscenza (consapevolezza).

Le ricompense informative sono fornite dagli aggiornamenti sulle ultime notizie, ma non sono informazioni che gli utenti possono influenzare (l'orologio sullo schermo).

Le ricompense interattive estendono il concetto di quelle relative alle informazioni perché includono cose che possono essere direttamente influenzate dagli utenti. Esse includono anche l'interazione sociale, supportata da diversi canali sui dispositivi mobili.

Infine, le ricompense basate sulla consapevolezza. Mentre le ricompense informative corrispondono a qualcosa che l'utente apprende e che non conosceva precedentemente, quelle basate sulla consapevolezza corrispondono all'obiettivo di conservare e mantenere una rappresentazione del cambiamento della realtà esterna in maniera dinamica. Ad esempio controllare la cartella di posta elettronica per avere la certezza che non vi siano nuovi messaggi importanti.

5. Un esperimento di Phubbing: Can you connect with me now?

La diffusa disponibilità e l'utilizzo degli smartphone, comporta che questi dispositivi siano presenti continuamente in setting pubblici e privati, durante interazioni informali ed intime.

Una parte della ricerca psicologica ha indagato l'influenza negativa che questi dispositivi hanno rispetto al contesto relazionale.

Il *Phubbing* (termine nato dal neologismo tra phone e snubbing) si riferisce all'atto di snobbare qualcuno, durante un contesto sociale, utilizzando il proprio smartphone anziché prestare attenzione e partecipare alle interazioni.

La maggior parte della ricerca che si è focalizzata sulle relazioni, suggerisce che gli smartphone abbiano il potenziale di influenzare diversi processi interpersonali. Essi forniscono un senso di connessione continua verso il mondo sociale e la presenza di questi dispositivi si avverte spesso anche durante gli incontri sociali. Geser (2002) osserva che siano moltissime le coppie che, in

situazioni romantiche, ritagliano il tempo per controllare il proprio smartphone. La presenza di quest'ultimo può orientare i soggetti verso persone ed eventi esterni al di fuori del loro immediato contesto sociale. Nel farlo, deviano la loro attenzione dall'esperienza vissuta nel presente per focalizzarsi su altre questioni e interessi.

In linea con queste ipotesi, diversi teorici sostengono che la tecnologia di comunicazione mobile possa avere un'influenza decisamente negativa sulle relazioni interpersonali (Turkle, 2011). Turkle afferma che gli smartphone spostino l'attenzione dalle interazioni face to face per preoccuparsi, invece, del mantenimento di più ampie reti sociali. Quest'ipotesi, insieme a ricerche quantitative che dimostrano che stimoli ambientali possano attivare schemi relazionali e influenzare il comportamento senza che il soggetto ne sia consapevole (Shah, 2003), dà un buon motivo per credere che il semplice utilizzo di uno smartphone possa rovinare le interazioni sociali dirette.

Questo sarebbe evidente soprattutto quando i soggetti cercano di interagire in modo significativo.

Specificamente, una diade impegnata in modo significativo può fare in modo che la relazione porti a migliorare la conoscenza dell'altro e ad aprirsi dando anche informazioni rilevanti e personali alla controparte (Aron, Melinat, Aron, Vallone & Bator, 1997). In questi casi, la presenza di un elemento di svago come può essere uno smartphone, può inibire la formazione della relazione riducendo l'impegno e l'attenzione verso il partner e scoraggiando la percezione che qualsiasi apertura di sé sia accolta con preoccupazione ed empatia.

Per dimostrare quest'ipotesi Przybylski e Weinstein (2012) nel loro articolo *"Can you connect with me now? How the presence of mobile communication technology influences face - to - face conversation quality"* riportano due esperimenti che valutano come la mera presenza di un dispositivo di comunicazione mobile condizioni la qualità delle relazioni in setting diadici analizzando diversi tipi di conversazione. Entrambi gli esperimenti evidenziano come questi dispositivi abbiano effetti negativi sulla vicinanza, sulla connessione e sulla qualità della conversazione. E' stato, quindi, chiesto a coppie di estranei di

impegnarsi nel compito di formare una rapida relazione manipolando la presenza o l'assenza di uno smartphone nella stanza di laboratorio.

Il primo esperimento ha esaminato gli effetti generali della presenza di uno smartphone nei processi relazionali. Hanno partecipato settantacinque soggetti, di cui ventisei donne, che sono stati casualmente assegnati a due condizioni (a) cellulare assente o b) cellulare presente). Ai partecipanti veniva richiesto di discutere di un evento interessante che gli era capitato durante i mesi precedenti (argomento moderatamente intimo).

Si è riscontrato che nelle coppie che dovevano conoscersi in presenza dello smartphone ci si sentiva meno vicini al partner e veniva riportata una qualità della relazione peggiore rispetto ai casi in cui i partner condividevano una conversazione senza la presenza di un cellulare.

Nel secondo esperimento (a cui hanno partecipato sessantotto soggetti, di cui quarantatré donne) si è indagato su quelle dinamiche influenzate dalla presenza dello smartphone che prendono forma durante le interazioni, a seconda che siano informali o significative. E' stato ipotizzato che uno smartphone impedirebbe la formazione di relazioni più intime e provocherebbe una minore apertura all'altro. Inoltre, questo secondo esperimento ha esplorato due dimensioni che risultano molto importanti nella costruzione di relazioni intime: la fiducia interpersonale (Campbell et al., 2010) e l'empatia percepita nel partner (Reis et al., 2004) che risulterebbero ridotte nel momento in cui si è "in presenza" di un telefono cellulare.

E' possibile evidenziare, a partire dai risultati di entrambi gli esperimenti, come la mera presenza dello smartphone inibisca lo sviluppo della vicinanza e della fiducia interpersonali riducendo la percezione di empatia e comprensione da parte del partner. I risultati del secondo esperimento indicano che questi effetti sono più pronunciati se i soggetti discutono di un argomento personalmente significativo.

Questi risultati indicano che i dispositivi di comunicazione mobile possano, con la semplice presenza, sia facilitare che ostacolare i legami umani e l'intimità.

6. Alterare la propria identità

Gli obiettivi dello studio condotto da Carbonell et al. (2012), riportato nell'articolo "*Problematic Internet and cell phone use in Spanish teenagers and young students*", sono quelli di determinare l'utilizzo problematico di Internet in adolescenti e giovani spagnoli e analizzare la capacità predittiva di questo tipo di utilizzo attraverso i punteggi ottenuti da questi soggetti (1879 studenti) al CERI (Cuestionario de Experiencias Relacionadas con Internet) e al CERM (Cuestionario de Experiencias Relacionadas con el Mòvil). La distinzione che in questo studio viene fatta rispetto all'utilizzo di internet associato all'utilizzo delle informazioni, della comunicazione e della comunicazione di un'identità alterata, permette di spiegare le eventuali differenze nel suo utilizzo.

L'analisi dei cluster ha portato alla suddivisione di tre gruppi sia per il CERI che per il CERM: "nessun problema", "problemi occasionali" e "problemi frequenti".

Sintetizzando, i risultati suggeriscono che:

- la quantità di tempo che si trascorre connessi non è un buon indicatore dei problemi che derivano dall'utilizzo;
- il fattore che potrebbe spiegare l'utilizzo problematico è la comunicazione di un'identità alterata (AIC, Altered Identity Communication), ovvero quando l'utente nasconde o altera la propria reale identità;
- i soli dati ottenuti dalle interviste non permettono di confermare l'esistenza di un disturbo persistente di dipendenza associata alle ICT (Information Communication Technology).

Relativamente all'utilizzo di internet, problemi frequenti associati ad un suo utilizzo sono stati riscontrati nel 6.1% dei partecipanti. L'utilizzo problematico era maggiore nel gruppo di soggetti più giovani. Le applicazioni più utilizzate erano le chat e le mail, motori di ricerca di informazioni e servizi peer to peer (condivisione di file), ma le applicazioni che contribuivano maggiormente all'utilizzo problematico di internet erano social network, giochi e blog. E' importante distinguere le applicazioni maggiormente utilizzate da quelle meno

utilizzate, perché alcune applicazioni contribuiscono a spiegare l'utilizzo problematico di internet.

Infatti, è possibile distinguere tra le applicazioni che più difficilmente si prestano a fare in modo che l'internauta celi o alteri la propria identità da quelle che, invece, gli consentono di comunicarla in maniera alterata (AIC).

Secondo Carbonell et al. (2012), le applicazioni di comunicazione sincrona richiedono, in qualche modo, all'utente di identificare sé stesso (come nel caso delle chat in cui l'identità, in genere, viene celata; oppure nei giochi di ruolo online in cui sono utilizzati gli avatar e la propria identità può essere nascosta o alterata) e sono quelle che meglio contribuiscono a definirne un utilizzo come problematico.

Nel caso delle AIC giocare con la propria identità può diventare un problema e/o una patologia visto che gli utenti ne possono usare una alternativa (o falsa) che fornisce una maggiore soddisfazione rispetto a quella reale, permettendo di fuggire dal proprio vero sé (Carbonell et al., 2009; Griffiths, 2000). Nel caso di applicazioni chat come, la conseguenza negativa è la perdita del tempo, mentre l'aspetto positivo è quello di mantenere relazioni sociali con amici e conoscenti e ampliare la propria rete sociale alterando solo minimamente la propria identità.

In accordo con quest'ipotesi, internet può essere utilizzato in tre modi diversi: per cercare informazioni, per scopi comunicativi e per comunicare la propria identità in maniera alterata (giochi online, chat, ecc.) e solo l'ultimo è potenzialmente additivo.

Un'altra ipotesi è che anche la comunicazione di informazioni personali, come nelle chat e nei social network, possa essere problematica (Carbonell et al., 2012). Quest'ipotesi potrebbe contribuire anche a spiegare perché gli studenti di scuola secondaria (tra i 12 e i 14 anni) tendono ad avere più problemi con internet rispetto agli studenti universitari (tra i 18 e i 25 anni). I dati raccolti dallo studio di Carbonell (2012) mostrano che i problemi associati a internet si riducono con il passare del tempo. Infatti, la comunicazione di informazioni personali sembra

essere un fattore molto importante per lo sviluppo sociale e dell'identità soprattutto tra i 12 e i 14 anni.

Inoltre, sembra esserci una relazione tra l'utilizzo problematico di internet e vari disturbi psicologici come la depressione maggiore, l'ansia e l'insonnia (Vinas et al., 2002); insonnia, disfunzione sociale, depressione e ansia (Jenaro et al., 2007); “pensieri negativi” e nevroticismo (Garcia et al., 2008); bassi livelli di autodeterminazione e cooperazione e maggiore propensione alla ricerca di novità e sintomi somatici, ansia, disfunzione sessuale e depressione (Estevez et al., 2009); riduzione del disagio emotivo (Munoz - Rivas et al., 2010).

Ricerche recenti riportano anche relazione tra disagio psicologico e utilizzo disadattivo di internet (Beranuy et al., 2009) e, ancora una volta, sembra che questi disturbi psicologici siano mediati dalla possibilità di comunicare la propria identità in maniera alterata.

E' chiaro che ci sia una forte correlazione tra tempo trascorso in internet e suo utilizzo problematico (Munoz - Rivas et al., 2010; Vinas et al., 2002; Widyanto & Griffiths, 2006) anche se questa correlazione non è diretta. Infatti, soggetti che trascorrono anche otto ore al giorno connessi a internet per ragioni accademiche o lavorative non sviluppano nessun disturbo psicologico (Munoz - Rivas et al., 2010; Griffiths, 2010).

Ciò che va sottolineato rispetto al vissuto di alterazione della propria identità è il fatto che esso non sia legato di per sé al dispositivo tecnologico utilizzato, ma richiede una connessione in rete e le caratteristiche del social network o del proprio blog o, in particolare, del gioco di ruolo utilizzato, che permettano una maggiore o minore privacy con la sostituzione di caratteristiche più legate al “voler essere” che alla reale identità del partecipante.

Le nuove caratteristiche e funzioni degli smartphone hanno profondamente mutato non soltanto il panorama della tecnologia in senso stretto permettendole di evolversi in maniera più che rapida, ma hanno profondamente mutato anche le modalità di interazione uomo – macchina.

Se da un lato sono innegabili i benefici associati alle nuove tecnologie, esistono tuttavia, una serie di comportamenti che derivano da un utilizzo improprio di questi nuovi dispositivi.

Senza dubbio, un sovrautilizzo dello smartphone e un attaccamento eccessivo a questi nuovi strumenti può portare allo sviluppo di abitudini completamente nuove, spesso disadattive, come quelle basate sul controllo quasi ossessivo delle informazioni alle quali il dispositivo permette di accedere. Il rischio è quello che la realtà virtuale vada a sostituire quasi del tutto quella naturale (come nel caso dell'autoreclusione), con la conseguenza che quest'ultima venga, man mano, ritenuta sempre più carente di stimoli; quegli stessi stimoli che potranno facilmente essere ricercati nel cyberspazio.

Molto spesso, un approccio negativo dell'uomo con il mezzo tecnologico è dovuto alla cattiva o scarsa cognizione del mezzo tecnico stesso per cui un corretto utilizzo non può prescindere da una buona conoscenza di quelle che sono le sue peculiarità. Nello studio del rapporto uomo-new media, tale discorso vale tanto per il vissuto psichico umano quanto per le potenzialità dei nuovi dispositivi in continuo aggiornamento, cambiamento, evoluzione.

Pur tuttavia, adottare un atteggiamento che miri esclusivamente a criticare e, nel peggiore dei casi, patologizzare dei comportamenti per il semplice fatto che siano associati a dei dispositivi che, di fatto, non si conoscono, sembra quanto meno superficiale.

Al contrario, appare indispensabile “conoscere per potere e sapere utilizzare” evitando il rischio di cadere in considerazioni che condurrebbero a demagogie pericolose e retrograde con valutazioni avventate.

Bisognerebbe, inoltre, considerare la realtà virtuale non in contrapposizione a quella naturale, ma in continuità, se non parte integrante, di essa. Solo in questo modo sarà possibile rendersi conto che quella virtuale rappresenta lo specchio della realtà naturale e non una sua contraffazione.

Capitolo quinto

Fear of Missing Out (F.O.M.O.):

UNO STUDIO PILOTA

1. Introduzione alla ricerca

L'era del web 2.0 ha aperto nuovi scenari interiori e nuovi modi di abitare il mondo producendo effetti significativi sulla propria identità, le proprie relazioni, le proprie esperienze ed emozioni; ma non solo: ha reso possibile il manifestarsi di nuove condotte, definite da web-addiction, in particolare il Narcisismo digitale e la F.O.M.O. Tali condotte non nascono con la rete, piuttosto l'avvento dei social network sembra farle emergere ad un livello più ampio. Le caratteristiche dei social media, se da un lato favoriscono le spinte esibizionistiche dei Narcisisti digitali, d'altro canto inducono ad una continua competizione con gli altri utenti della rete, alimentando la Fear of Missing Out.

La F.O.M.O. è la paura di non vivere al meglio, il dubbio di aver mancato un'occasione unica; è un fenomeno ancora poco conosciuto in Italia anche se ne viene avvertito il disagio che, paradossalmente, viene espresso utilizzando i social network ma nello stesso tempo è anche da essi alimentato.

Con la comparsa del web 2.0 e la nascita dei social network, la quasi completa "distruzione" dell'anonimato su Internet ha indebolito lo scarto tra identità online e offline, ma non ha affatto annullato l'intima esigenza dell'individuo di curare il proprio profilo: si potrebbe affermare che la presenza di nomi e foto reali l'abbia, invero, accentuata. I social network rappresentano uno straordinario strumento di auto-gratifica individuale. È possibile condividere in rete la parte migliore di sé (o quella che si ritiene più desiderabile per sé e/o per gli utenti), omettendo la parte meno desiderabile del proprio essere e del proprio vissuto. Il paradigma del web 2.0 è diventato pubblicare la propria vita online: gli adolescenti si sentono "obbligati" ad avere qualcosa da dire, qualcosa da mostrare, desiderosi di continue conferme, fino ad affermare che: "ciò che non viene

condiviso non è mai accaduto”. E se da un lato ciò contribuisce ad alimentare l’ego dei narcisisti digitali, allo stesso tempo ci si ritrova costantemente a confrontarsi con la vita degli altri, con ciò che fanno, i posti che visitano; cresce così la paura di non vivere al meglio quanto gli altri, di non divertirsi abbastanza, di perdersi qualcosa, cresce la F.O.M.O. Da qui, la smania di essere sempre connessi per non perdersi gli aggiornamenti di amici e parenti, “snobbando” la realtà circostante (phubbing) e i sintomi simili all’astinenza quando ci si trova in situazioni in cui non è possibile connettersi (nomophobia).

Mentre il Narcisismo digitale vanta numerose ricerche, la F.O.M.O è un fenomeno ancora poco esplorato e in Italia non esistono studi in merito. Per tale ragione è stato condotto il presente studio esplorativo

Partendo dal Fear of Missing Out Quiz elaborato dal ricercatore sociale Andrew Przybylski, è stato condotto uno studio indagando i livelli di F.O.M.O. tra le varie generazioni, l’intensità di utilizzo dei social durante le attività quotidiane e il numero di social network utilizzati.

Andrew Przybylski (2013) dell’Università di Oxford è stato il primo, insieme ai ricercatori dell’Università della California, di Rochester e di Essex a condurre una ricerca empirica sulla F.O.M.O. Tale problematica, secondo la ricerca condotta, interesserebbe soprattutto i giovani e in particolare i maschi.

Dai risultati complessivi il ricercatore ha rilevato che:

- La FOMO è la forza che guida l’uso dei social media.
- I livelli di FOMO sono più alti nelle persone giovani e in particolare negli individui di sesso maschile.
- I livelli di FOMO sono influenzati dalle circostanze sociali. Bassi livelli di considerazione della propria vita coincidono con alti livelli di FOMO.
- La FOMO è legata ad un rapporto ambivalente con i social media
- La FOMO è più alta in chi è spesso distratto alla guida.

La FOMO è più alta negli studenti che usano i social media anche in classe.

In Italia non risultano esserci ricerche in merito, anche se è frequente trovare sui vari social network prove dell’esistenza di questo stato di malessere,

testimonianze di questa nuova forma di disagio, come ad esempio post di utenti accompagnati dall'ormai famoso hashtag #maiunagioia., i quali considerano da "sfigati" trascorrere un weekend a casa mentre tutti gli altri amici della propria cerchia escono e si divertono.

1.1.Obiettivi e ipotesi della ricerca

Sulla base di tali premesse, lo studio che presenteremo di seguito è stato condotto su utenti di social network italiani e mira ad indagare il livello di F.O.M.O. in base all'età e al genere sessuale, alle abitudini circa la preferenza d'utilizzo dei più famosi social network e al numero di social utilizzati.

Nello specifico, gli obiettivi sono:

- Verificare se sussistano differenze relative alla variabile età; in particolare se la generazione di Nativi digitali sia maggiormente esposta alla F.O.M.O. rispetto agli Immigrati digitali e ai Tardivi digitali;
- Verificare se sussista una differenza significativa legata alla variabile "genere"; in particolare, si ritiene che i maschi siano maggiormente predisposti a tale disagio;
- Verificare se coloro che utilizzano internet anche durante le principali attività quotidiane presentino livelli più alti di FOMO.

1.2.Partecipanti

Il campione è composto da 300 utenti, di cui 159 maschi e 141 femmine, con un'età compresa tra i 13 e i 54 anni, suddivisi in tre classi d'età: 110 (36,73 %) tra i 13-24 anni, 151 (50,3%) tra i 25-34 anni e 39 (13%) tra i 35-54 anni. Le tre classi d'età individuate corrispondono a tre generazioni differenti: i Nativi Digitali (13-24), gli Immigrati digitali (25-34) e i Tardivi digitali (35-54).

I Nativi digitali sono le giovani generazioni nate dopo il 1990, ovvero i soggetti che parlano la lingua della rete come lingua-madre.

Di contro, l'espressione "Immigrato Digitale" si applica ad una persona che è cresciuta prima delle tecnologie multimediali e le ha adottate in un secondo tempo.

Ancora, una terza figura è quella dei “Tardivi digitali”, cresciuti senza tecnologia e che tutt’oggi mostrano diffidenza al riguardo; si tratta di coloro che hanno cominciato ad utilizzare internet solo da pochi anni, e soprattutto solo grazie alla nuova accessibilità e familiarità di alcuni suoi luoghi e prodotti.

1.3.Strumenti utilizzati

Lo strumento di misurazione utilizzato è il *Fear of Missing out Quiz*, ideato da Andrew Przybylski (Appendice1), costituito dal Social Media Engagement Questionnaire (SMEQ) composto da cinque items su una scala likert ad otto punti (da “nessun giorno della settimana” a “tutti i giorni della settimana”) e dalla Fear of Missing Out Scale (FoMOS) composta da dieci items su una scala likert a cinque punti (da “.Non è affatto vero per me” a “E' estremamente vero per me”). Infine la SNS (Scala Numero Social) indaga la preferenza dell’utente tra i vari social network utilizzati (quali dei seguenti social network utilizzi? Seleziona tra le varie opzioni), in un elenco che l’autore ha scelto tra i vari social più in voga, elenco che non tarda a divenire obsoleto in breve tempo, data la velocità di cambiamento delle mode in merito.

La prima scala (SMEQ) indaga su: “come hai usato i social media durante l'ultima settimana”, in quali momenti della giornata e per quanti giorni la settimana.

La seconda scala (FoMOS) indaga il livello di paura di perdersi qualche esperienza gratificante (F.O.M.O.). La FoMOS è il primo ed unico strumento psicometrico validato empiricamente per misurare la FOMO mentre il SEMQ quantifica la misura in cui le principali attività quotidiane includano l’utilizzo dei social network.

1.4.Fasi dello studio

Lo studio ha avuto inizio con la traduzione del *Fear of Missing Out Quiz* (Appendice2) e a seguito di vari contatti via mail con il ricercatore sociale Andrew Przybylski.

La somministrazione del test è avvenuta tramite la condivisione, sui social network presenti nell'elenco, del link scaturito dall'inserimento delle scale nel servizio Web: Survey Monkey, uno strumento per la creazione di sondaggi e indagini online.

I tempi di somministrazione sono stati piuttosto brevi data la scorrevolezza del test (richiedendo, la sua compilazione, da un minimo di cinque ad un massimo di dieci minuti) e la curiosità per un argomento poco trattato e quasi del tutto sconosciuto in Italia. Molti partecipanti dopo aver compilato il test hanno lasciato dei feedback e/o un “mi piace” alla ricerca; i partecipanti contattati tramite messaggi privati tendevano a fare domande sull'argomento e a chiedere maggiori spiegazioni in merito, evidentemente interessati ed incuriositi

2. Analisi dei dati

Per l'analisi dei dati ottenuti è stato utilizzato il software statistico SPSS, acronimo di Statistical Package for Social Science. Esso può eseguire le elaborazioni dati riguardanti le seguenti tecniche di analisi: analisi monovariata, analisi bivariata, analisi multivariata, test statistici parametrici e non parametrici, analisi di serie temporali, funzioni di sopravvivenza, modelli lineari e molte altre. Inoltre può tracciare grafici e costruire tabelle a singola e doppia entrata. Dispone di un'interfaccia a finestre, oltre ad un vero e proprio linguaggio di programmazione interno.

In una prima fase di analisi, sono stati calcolati i punteggi rispetto a tre scale, FoMOS (Fear of Missing Out Scale), SMES (Social Media Engagement Scale) e Scala Numero Social (SNS); i punteggi individuati si riferiscono rispettivamente ai livelli di F.O.M.O. dei partecipanti (FoMOS), alle modalità di utilizzo dei social network durante le attività quotidiane (SMES) e al numero e tipo di social network utilizzati (SNS). Inizialmente sono state effettuate le principali statistiche descrittive (frequenza, media, deviazione standard, valori di minimo e di massimo osservati) riguardanti le tre scale individuate. E' stata inoltre verificata la normalità delle distribuzioni di ognuno di questi punteggi di

scala, constatando che i coefficienti di asimmetria e curtosi fossero compresi nel range -1/+1 (Barbaranelli, 2006;2007).

Successivamente, sono state condotte delle analisi della varianza (ANOVA) ad una via, considerando tali punteggi di scale quali variabili dipendenti e, come fattori, il genere di appartenenza dei soggetti e la loro età anagrafica.

In una terza fase sono state effettuate delle analisi correlazionali, mediante l'utilizzo del coefficiente di correlazione lineare di Bravais-Pearson, fra le variabili FoMOS, SMES e SNS.

Infine, è stata implementata un'analisi di regressione lineare multipla, al fine di testare se le variabili SMES ed SNS fossero in grado di predire significativamente la dipendente FoMOS.

2.1.Descrizione delle frequenze ai singoli items

Nel descrivere le frequenze dei punteggi ottenuti dai partecipanti ai singoli item della FoMOS, le risposte da *leggermente vero* ad *estremamente vero*, sono state considerate come “vero” e le frequenze sono state sommate.

In base a tali premesse, per quanto riguarda la FoMOS è emerso che il 63% dei partecipanti (30% leggermente vero, 19,3% moderatamente vero, 10,3% molto vero, 3,3 estremamente vero) ritiene che gli amici facciano esperienze più gratificanti delle proprie, il 52,7% (24,7% leggermente vero, 16,3% moderatamente vero, 8,3% molto vero, 3,3% estremamente vero) si preoccupa quando gli amici si divertono in sua assenza, il 56% (33,7% leggermente vero, 14% moderatamente vero, 6,7% molto vero, 1,7% estremamente vero) in vacanza continua ad utilizzare i social network seguendo i post degli altri, il 52,3% (31% leggermente vero, 13% moderatamente vero, 5,7% molto vero, 2,7% estremamente vero) si infastidisce se manca ad un evento.

Tuttavia, il 50,3% non ritiene importante condividere le proprie esperienze migliori online, l'85,7% non prova ansia quando non sa cosa stanno facendo gli amici, il 51% non crede che gli altri facciano esperienze migliori delle proprie, il

57% non ritiene di trascorrere troppo tempo a seguire ciò che gli altri postano (Figura 1).

Dalla scala SMES è emerso che gran parte dei partecipanti non utilizza i social network durante i pasti principali: il 42,3% non li utilizza mai durante la cena, il 50,3% non li utilizza a colazione e il 47,3% non li utilizza durante il pranzo.

Al contrario, prima di andare a letto il 55,7% afferma di farne uso e il 31,3% vi accede appena svegli (Figura 2).

Figura1.Frequenze Fear of Missing Out Scale (FoMOS)

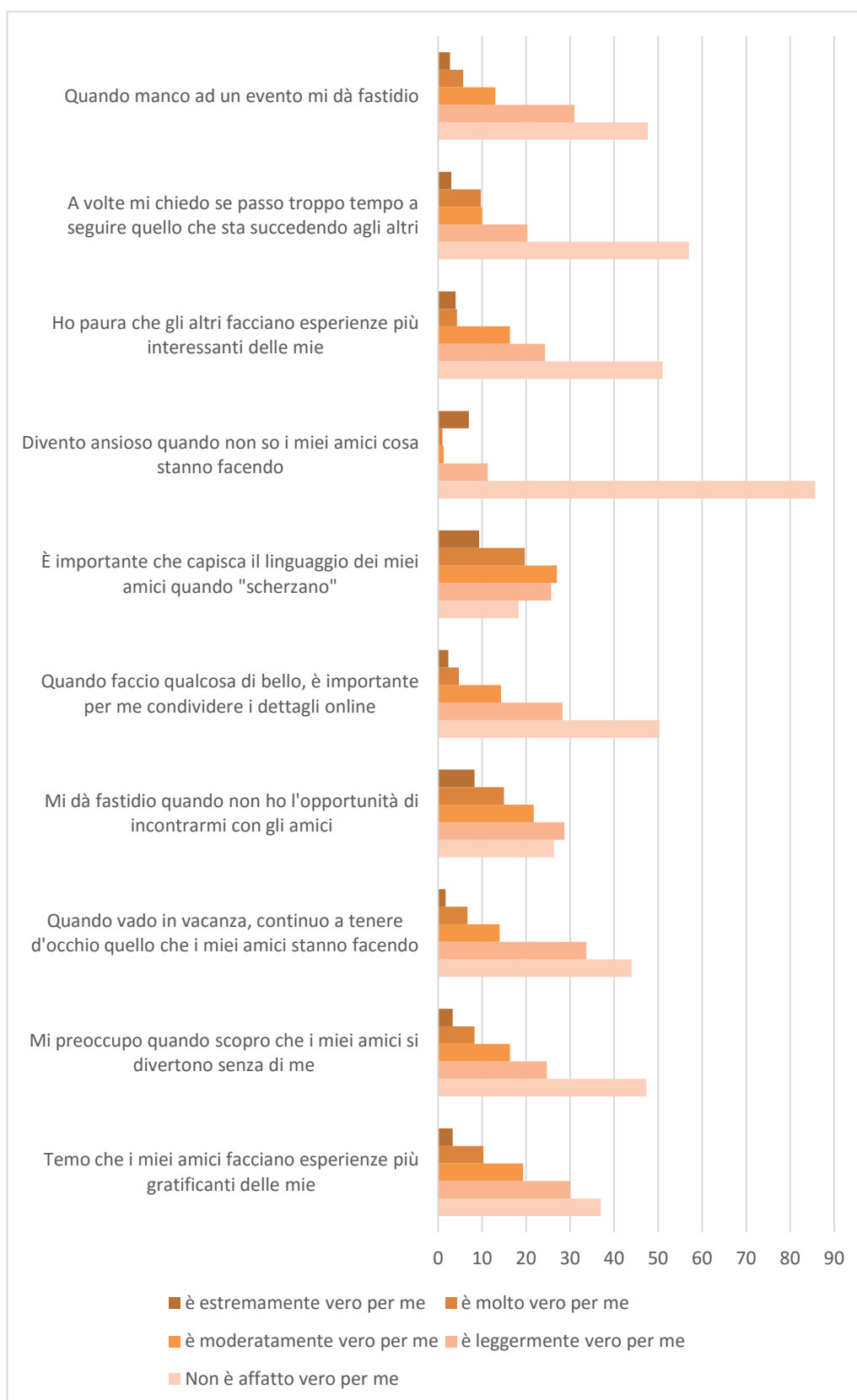
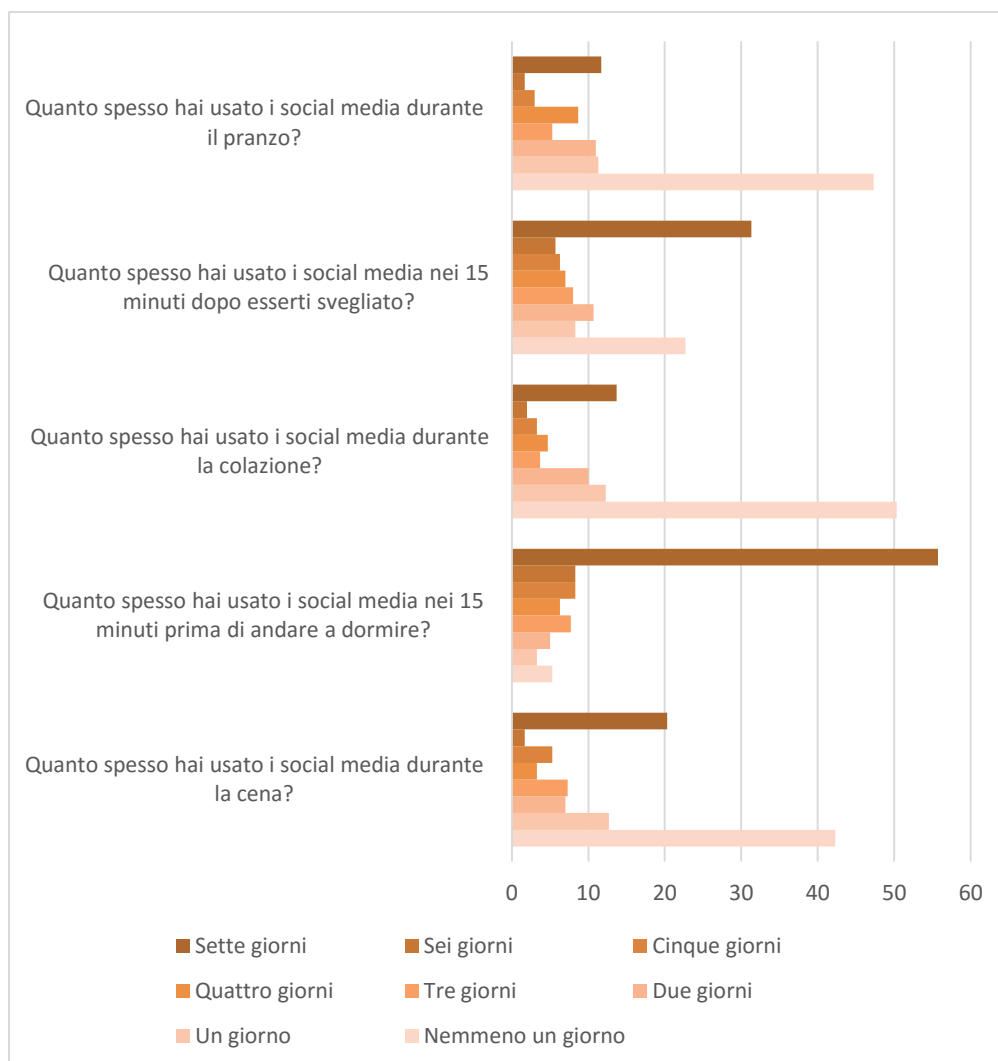
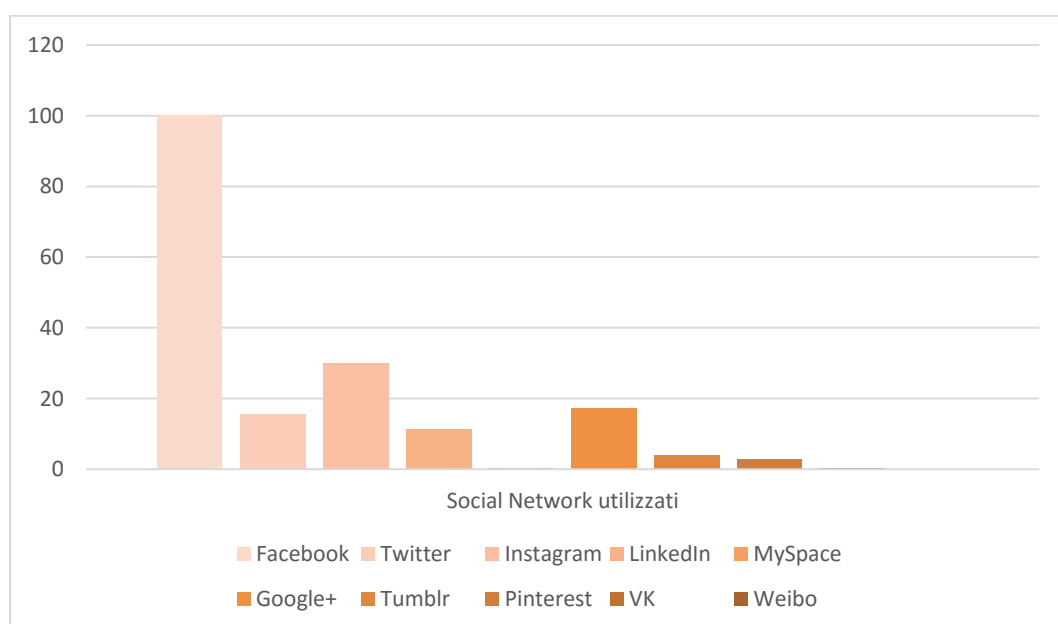


Figura 2. Frequenze Social Media Engagement Scale (SMES)



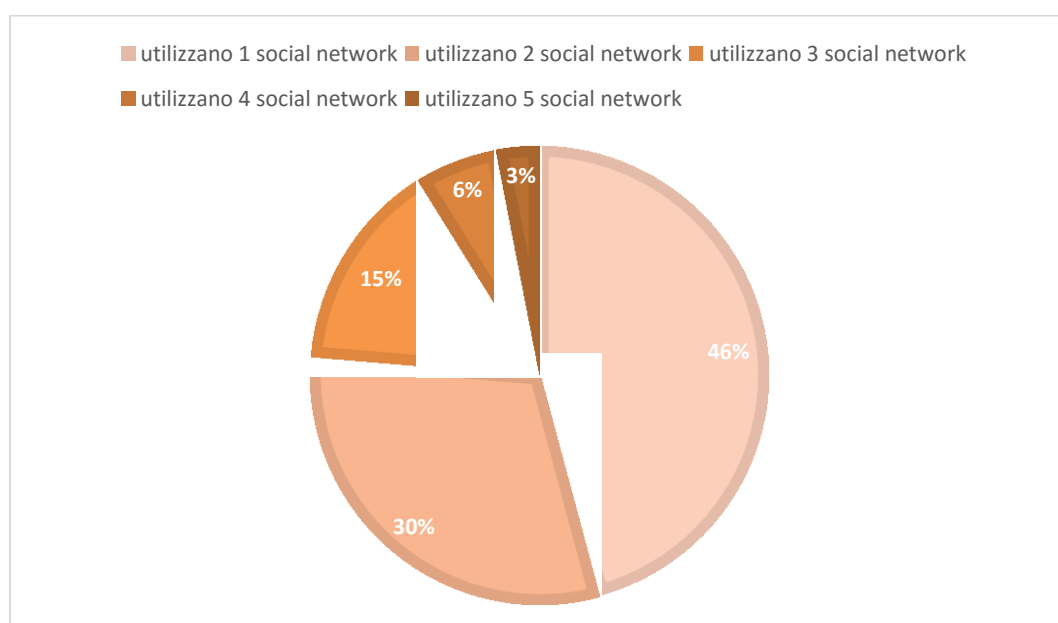
Per quanto riguarda i social network maggiormente utilizzati, tutti i partecipanti utilizzano Facebook, il 30% utilizza Instagram, il 17% Google+, il 15,7% Twitter, l'11,3% LinkedIn, il 4% Tumblr, il 2,7% Pinterest (Figura 3).

Figura 3. Frequenze Social Network utilizzati.



Per quanto riguarda il numero di social network utilizzati, il 46% ne utilizza uno, il 30% due, il 15% tre, il 6% quattro e il 3% cinque (figura 4).

Figura 4. Frequenze Scala Numero Social (SNS)



Selezionando il genere maschile è emerso che il 52,5% (23,7% leggermente vero, 16,9% moderatamente vero, 5,1% molto vero, 6,8% estremamente vero) ritiene che i propri amici facciano esperienze più gratificanti delle proprie, il 55,9% (28,8% leggermente vero, 15,3% moderatamente vero, 8,5% molto vero, 3,4% estremamente vero) prova fastidio quando manca ad un evento. Tuttavia, il 55,9 % non si preoccupa che gli amici si divertano senza di lui, il 52,5% non continua a seguire gli altri online quando è in vacanza, il 61% non considera importante condividere le proprie esperienze online, l'86,4% non prova ansia nel non sapere cosa stiano facendo gli amici, il 55,9% non crede che gli altri in genere facciano esperienze migliori delle proprie, il 62,7% non ritiene di trascorrere troppo tempo seguendo ciò che gli altri fanno.

Secondo la scala SMES, solo il 5,1% non utilizza mai i social network prima di dormire e il 42,4% vi accede ogni sera. Meno intenso risulta essere l'utilizzo durante i pasti.

Per quanto riguarda le femmine, dalle frequenze della FoMOS emerge che il 65,6% (31,5% leggermente vero, 19,9% moderatamente vero, 11,6% molto vero, 2,5% estremamente vero) ritiene vero che gli amici vivano esperienze più gratificanti delle proprie, il 58,1% (36,1% leggermente vero, 12,9% moderatamente vero, 7,9% molto vero, 1,2% estremamente vero) continua a seguire i post degli amici in vacanza, il 51,5% (31,5% leggermente vero, 12,4% moderatamente vero, 5% molto vero, 2,5% estremamente vero) prova fastidio se manca ad un evento, il 54,8% (24,9% leggermente vero, 17% moderatamente vero, 9,5% molto vero, 3,3% assolutamente vero) si preoccupa che gli amici si divertano in sua assenza, il 52,3% (28,2% leggermente vero, 15,8% moderatamente vero, 5,4% molto vero, 2,9% estremamente vero) considera importante condividere sui social network le proprie esperienze migliori. Tuttavia, l'85,5% non prova ansia nel non sapere gli amici cosa stiano facendo e il 55,6% non crede di trascorrere troppo tempo a seguire gli altri. Secondo la scala SMES, il 58,9% utilizza i social network tutti i giorni prima di andare a letto e il 31,5% tutti i giorni appena svegli. Durante i pasti principali l'utilizzo è meno frequente.

Per quanto riguarda i Nativi digitali, il 64,6% (30% leggermente vero, 16,4% moderatamente vero, 12,7% molto vero, 5,5% estremamente vero) ritiene che gli amici facciano esperienze più gratificanti delle proprie, il 58,2% (31,8% leggermente vero, 20% moderatamente vero, 5,5% molto vero, 0,9% estremamente vero) ammette di utilizzare i social network anche in vacanza, il 61,8% (30% leggermente vero, 17,3% moderatamente vero, 10,9% molto vero, 3,6% estremamente vero) si infastidisce quando manca ad un evento, il 57,3% (20,9% leggermente vero, 20,9% moderatamente vero, 10% molto vero, 5,5% estremamente vero) dice di preoccuparsi se gli amici si divertono in sua assenza. Al contrario, il 51,8% non ritiene importante condividere le proprie esperienze online, l'83,6% non prova ansia nel non sapere gli amici cosa stiano facendo e il 57,3% non ritiene di trascorrere troppo tempo a seguire ciò che gli altri postano.

Per quanto riguarda la scala SMES, durante i pasti principali emerge che: il 48,2% non utilizza mai i social network a colazione, il 45,5% non li utilizza mai a pranzo, il 33,6% dice di non utilizzarli mai a cena, ma allo stesso tempo il 30% afferma di accedervi ogni volta. Il 60% si collega ogni giorno prima di andare a letto e il 29,1% appena si è svegli.

Per quanto riguarda gli Immigrati digitali, il 64,2% (30,5% leggermente vero, 20,5% moderatamente vero, 10,6% molto vero, 2,6% estremamente vero) ritiene che gli amici facciano esperienze più gratificanti delle proprie, il 53% (26,5% leggermente vero, 15,2% moderatamente vero, 9,3% molto vero, 2% estremamente vero) si preoccupa quando gli amici si divertono in sua assenza, il 58,3% (39,1% leggermente vero, 9,9% moderatamente vero, 7,9% molto vero, 1,3% estremamente vero) continua a seguire i social network in vacanza. Tuttavia, più della metà dei partecipanti Immigrati digitali, non ritiene importante condividere le proprie esperienze online, non prova ansia nel non sapere cosa fanno gli amici, non si preoccupa di mancare ad un evento e non crede di trascorrere troppo tempo a seguire gli altri.

Per quanto riguarda la scala SMES, è emerso che il 54,3% accede ai social network ogni giorno prima di andare a dormire, mentre più della metà dice di non farne un utilizzo durante i pasti.

Tra i Tardivi digitali invece, il 53,8% (28,2% leggermente vero, 23,1% moderatamente vero, 2,6% molto vero) ritiene che gli amici facciano esperienze più gratificanti delle proprie e il 53,8% (23,1% leggermente vero, 25,6% moderatamente vero, 5,1% molto vero) ritiene importante condividere le proprie esperienze online. Invece, il 51,3% non ritiene di dedicare troppo tempo ai social network, il 61,5% non ritiene che gli altri facciano esperienze migliori delle proprie, il 94,9% non prova ansia nel non sapere cosa stiano facendo gli amici, il 59% non segue gli altri online durante una vacanza e il 61,5% non si preoccupa quando gli amici si divertono in sua assenza.

Inoltre, più della metà non utilizza i social network durante i pasti principali mentre il 48,7% li utilizza ogni giorno prima di andare a letto e il 30,8% sempre appena svegli.

2.2. Risultati

Qui di seguito sono riportate le principali statistiche descrittive, sui punteggi complessivi dei partecipanti calcolati sulla la *Fear of Missing Out Scale* (FoMOS), la *Social Media Engagement Scale* (SMES), e la Scala Numero Social (SNS) (Tabella 1).

Tabella 1. Statistiche descrittive delle variabili *Social Media Engagement Scale* (SMES), *Fear of Missing Out Scale* (FoMOS) e Scala Numero Social (SNS): medie, deviazioni standard, valori di minimo e massimo empirici.

Variabili	M	D	M	M
	S	in	ax	
Social Media Engagement Scale (SMES)	15.28	8.76	0	35
Fear of Missing Out Scale (FoMOS)	19.75	5.90	1	41
Scala Numero Social (SNS)	1.83	.97	1	6

I risultati delle tre ANOVA ad una via, riferita alla variabile categoriale genere, non mostrano differenze fra medie statisticamente significative (Tabella 2). Diversamente, per quanto concerne le ANOVA condotte considerando quale indipendente l'età anagrafica, differenze significative sono emerse a carico della dipendente FoMOS [$F(2, 297) = 4.82, p < .01$], mentre sembra che l'età non incida su SMES [$F(2, 297) = 2.54, p = \text{n.s.}$] e SNS [$F(2, 297) = 1.65, p = \text{n.s.}$] (Tabella 3). Il test post-hoc di Bonferroni indica come la differenza sia fra la classe 13-24 anni ($M = 20.99$) e la classe 35-54 anni ($M = 17.92$). (Figura 5)

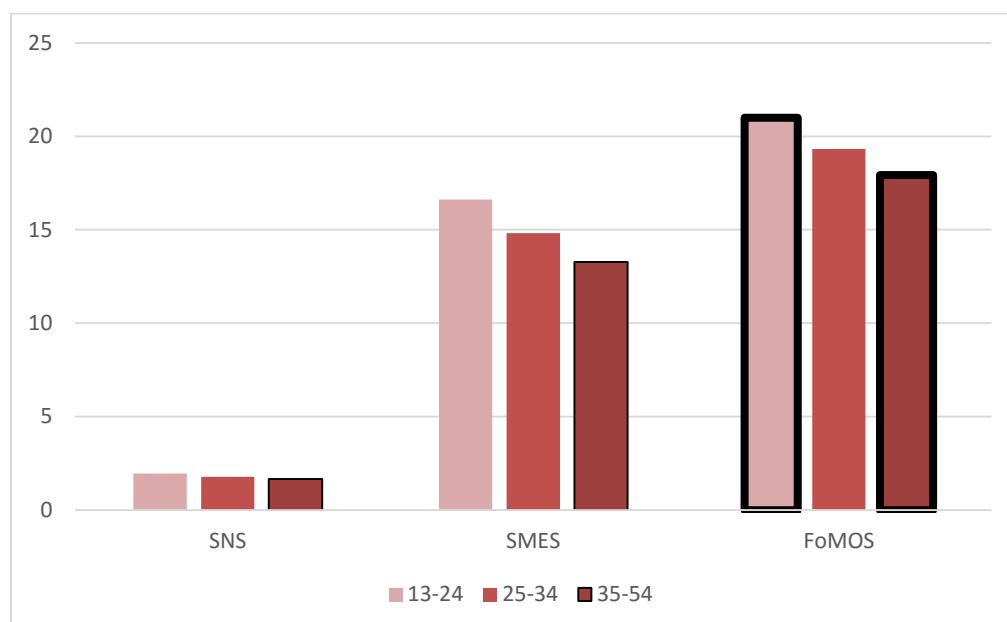
Tabella 2. Sommario di analisi della varianza ad una via, considerando quali variabili dipendenti *Social Media Engagement Scale* (SMES), *Fear of Missing Out Scale* (FoMOS) e *Scala Numero Social* (SNS), e per indipendente il genere di appartenenza: medie, deviazioni standard, statistica F di Fisher e p-value.

Variabili	M		M		I	F	p
	(n=59)	S _M	(n=241)	S _F			
Social Media Scale (SMES)	4.58	.12	5.45	.68	.47	.	n.s.
Fear of Missing Out Scale (FoMOS)	8.76	.44	0.00	.75	.08	2	n.s.
Scala Numero Social (SNS)	.76	.10	.85	.94	.35	.	n.s.

Tabella 3. Sommario di analisi della varianza ad una via, considerando quali variabili dipendenti *Social Media Engagement Scale* (SMES), *Fear of Missing Out Scale* (FoMOS) ed *Scala Numero social* (SNS), e per indipendente l'età anagrafica: medie, deviazioni standard, statistica F di Fisher e p-value.

Variabili								p
	13-24	S ₁₃₋₂₄	25-34	S ₂₅₋₃₄	35-54	S ₃₅₋₅₄	2,297	
Social Media Eng Scale (SMES)	6.62	.58	4.81	.85	3.28	.51	.54	n.s.
Fear of Missing Out Scale (FoMOS)	0.99	.10	9.32	.63	7.92	.76	.82	< .01
Scala Numero Social (SNS)	.95	.14	.78	.89	.67	.70	.65	n.s.

Figura 5. Sommario di analisi della varianza ad una via, considerando quali variabili dipendenti *Social Media Engagement Scale* (SMES), *Fear of Missing Out Scale* (FoMOS) e *Scala Numero Social* (SNS), e per indipendente l'età anagrafica



Riguardo alle analisi correlazionali, soltanto per il sottocampione di genere femminile si evidenzia una correlazione statisticamente significativa fra FoMOS e

SMES ($r = .29, p < .001$), mentre questa, come nessun'altra associazione, non risulta significativa per i maschi (Tabella 4).

Tabella 4. Analisi correlazionali bivariate fra le variabili *Social Media Engagement Scale* (SMES), *Fear of Missing Out Scale* (FoMOS) e *Scala Numero Social* (SNS), eseguite distintamente per maschi e femmine: coefficienti di correlazione lineare di Bravais-Pearson.

Sottogruppo	Variabili	SMES	FoMOS	SNS
MASCHI	Social Media Engagement Scale (SMES)	-	.11	.22
	Fear of Missing Out Scale (FoMOS)	-	-	.09
	Scala Numero Social (SNS)	-	-	--
FEMMINE	Social Media Engagement Scale (SMES)	-	.29***	.10
	Fear of Missing Out Scale (FoMOS)	-	-	.05
	Scala Numero Social (SNS)	-	-	--

Nota. *** $p < .001$

Riguardo all'età anagrafica, è emerso come la variabile SMES covari significativamente con la variabile SNS soltanto fra i più giovani (da 13 a 24 anni: $r = .19, p < .05$), mentre SMES risulta associarsi significativamente con FoMOS soltanto nella fascia di età intermedia (da 25 a 34 anni: $r = .41, p < .001$); nessuna correlazione statisticamente significativa è stata ottenuta nel sottocampione dei soggetti di età più "avanzata", ovvero fra i 35 ed i 54 anni.

Tabella 5. Analisi correlazionali bivariate fra le variabili *Social Media Engagement Scale* (SMES), *Fear of Missing Out Scale* (FoMOS) e *Scala Numero Social* (SNS), eseguite distintamente per le diverse fasce d'età: coefficienti di correlazione lineare di Bravais-Pearson.

Sottogruppo	Variabili	SMES	FoMOS	SNS
DA 13 A 24 ANNI	Social Media Engagement Scale (SMES)	.12		.19*
	Fear of Missing Out Scale (FoMOS)		-.05	
	Scala Numero Social (SNS)			--
DA 25 A 34 ANNI	Social Media Engagement (SMEQ)	.41***		.09
	Fear of Missing Out Scale (FoMOS)		-.08	
	Scala Numero Social (SNS)			--
DA 35 A 54 ANNI	Social Media Engagement (SMES)	-.14		-.05
	Fear of Missing Out Scale (FoMOS)		-.14	
	Scala Numero Social (SNS)			--

Nota. * $p < .05$; *** $p < .001$

Infine, in Tabella 6 è riportato il risultato ottenuto effettuando una regressione lineare fra la variabile dipendente FoMOS ed i predittori SMES ed SNS.

Tabella 6. Sommario di analisi di regressione fra le variabili indipendenti *Social Media Engagement Scale* (SMES) e *Scala Numero Social* (SNS), e la variabile dipendente *Fear of Missing Out Scale* (FoMOS): coefficiente di regressione B, errore standard di B, peso beta, statistica t di Student e p-value.

Variabili	E	S	B	t	p
	EB				
(Intercetta)	1	.	-	1	<
	6.91	87	-	9.53	.001
Social Media Engagement (SMES)	.	.	.	4	<
	16	04	24	.32	.001
Scala Numero Social (SNS)	n
	18	34	03	52	.s.

L'unico predittore statisticamente significativo della variabile FoMOS è risultato essere la scala SMES [$\beta = .24$, $t(297) = 4.32$, $p < .001$] (Tabella 6), anche se riuscendo a spiegare soltanto il 5.6% della varianza totale della variabile criterio.

Il valore di VIF è risultato pari a 1.02, comprovando l'assenza di multicollinearità fra i due regressori (i due predittori, ovvero le due variabili indipendenti, non sono eccessivamente correlati fra loro, cosa che altrimenti inficerebbe l'analisi stessa). Il VIF indica variabili non collineari se è inferiore a 2, secondo alcuni testi, o inferiore a 5, secondo altri.

3. Discussione dei risultati

I Social media hanno reso più facile che mai sapere cosa i propri amici, parenti e conoscenti stiano facendo, acquistando o addirittura pensando, anche ad altissime distanze chilometriche. Vi sono aspetti positivi ed opportunità, non solo nella possibilità di restare in contatto anche ad alte distanze, ma anche nella possibilità di restare in comunicazione con un gran numero di persone, contemporaneamente ed in qualunque momento della giornata, anche senza la conpartecipazione contemporanea della controparte in quello stesso momento.

Tuttavia, la continua esposizione "all'erba del vicino", o meglio dei numerosi "vicini", presenti costantemente sulla propria bacheca, fa sì che i

confronti siano continui; le proprie esperienze vengono paragonate di continuo a quelle sensazionali degli altri. Doppia mente sensazionali poi, se a pubblicarle è un Narcisista digitale. Ma, mentre cresce la F.O.M.O., decresce la consapevolezza che il confronto avvenga solo con ciò che la propria cerchia di conoscenze decide di pubblicare, di condividere, per mettere in evidenza la propria “sensazionale” esperienza di vita.

Dallo studio presentato, a proposito dei 300 partecipanti (maschi e femmine, suddivisi in tre classi d'età) è emerso che:

- Non sussistono delle differenze statisticamente significative rispetto al genere in relazione alle scale FoMOS, SMES e SNS. Quindi, maschi e femmine non differiscono rispetto ai livelli di F.O.M.O. manifestati, né riguardo all'intensità di utilizzo dei social network durante le attività quotidiane, né in base al numero dei social network utilizzati.
- Non sussistono delle differenze statisticamente significative tra le diverse fasce d'età riguardo alla scala SMES e il numero di social network utilizzati. Per cui i Nativi Digitali, gli Immigrati digitali e i Tardivi digitali non differiscono rispetto alla quantità di tempo che impiegano sui social network durante le attività quotidiane, né rispetto al numero di social network utilizzati.
- Per quanto riguarda la scala FoMOS, invece, sono emersi dei livelli di F.O.M.O. significativamente differenti rispetto a due fasce d'età: quella tra il gruppo 13-24 anni ed il gruppo 35-54 anni, ovvero tra i Nativi Digitali e i Tardivi Digitali. Il gruppo di Nativi Digitali presenta dei livelli maggiori di F.O.M.O. rispetto alla classe più anziana di Tardivi digitali con punteggi più bassi (rispettivamente, le due medie sono pari a 20,99 e 17,92).

Dallo studio della correlazione è emerso che tutti i coefficienti risultati statisticamente significativi sono anche positivi per cui si parla di diretta proporzionalità fra le variabili considerate. Dai risultati si evince che:

- Nel campione generale, i punteggi in scala FoMOS covariano positivamente con scala SMES e con il numero di social network utilizzati. Per cui ad un maggiore livello di F.O.M.O. corrisponde solitamente un elevato utilizzo di social network durante le attività quotidiane.

- Per quanto riguarda il genere femminile, la scala FoMOS correla positivamente con la scala SMES. Quindi, le femmine che presentano alti livelli di F.O.M.O. utilizzano in misura maggiore i social network durante la giornata.
- Nei soggetti di età compresa tra i 13 e i 24 anni, Scala FoMOS non correla né con scala SMES, né con il numero di social network utilizzati, SNS. Tuttavia, scala SMES correla positivamente con il numero di social network utilizzati; quindi, i Nativi digitali che utilizzano molto i social network durante le attività quotidiane, utilizzano solitamente anche più di un social network.
- Nei soggetti di età compresa tra i 25 e i 34 anni di età, i punteggi di scala FoMOS correlano positivamente con quelli di scala SMES. Ciò vuol dire che per gli Immigrati digitali avere un elevato livello di F.O.M.O. va di pari passo con l'intensità di utilizzo dei social network durante la giornata.

Inoltre è emerso che l'intensità di utilizzo dei social network durante la quotidianità può essere considerato un predittore significativo di F.O.M.O. nei partecipanti.

In base agli obiettivi specifici dello studio, ci si era proposti di verificare se i Nativi Digitali fossero maggiormente esposti alla F.O.M.O. rispetto alle generazioni precedenti, come sostenuto dalle ricerche già effettuate (Przybylski et al., 2013). Dai risultati emersi, questo dato risulta essere confermato in parte; in particolare, la differenza riguarda i Nativi Digitali (con livelli di F.O.M.O. maggiori) e i Tardivi digitali, mentre non vi sono differenze significative con gli Immigrati digitali.

Il secondo obiettivo era quello di verificare se vi fosse una differenza significativa legata alla variabile “genere”; in particolare, precedenti ricerche (Przybylski et al., 2013) ritengono che i maschi siano maggiormente predisposti alla F.O.M.O. Dai risultati tale ipotesi non risulta essere confermata, non vi sono differenze statisticamente significative tra maschi e femmine per i partecipanti italiani.

Come ultimo obiettivo ci si era proposti di verificare se coloro che utilizzano social durante le principali attività quotidiane presentino livelli più alti

di F.O.M.O. Dai risultati emersi questo dato è confermato e riguarda in particolare il genere femminile e gli Immigrati digitali, ma non i Nativi digitali.

Conclusioni

Dai risultati dello studio emerge che i Nativi digitali, gli Immigrati digitali e i Tardivi digitali non differiscano rispetto alla quantità di tempo che impiegano sui social network durante le attività quotidiane, né rispetto al numero di social network utilizzati. In linea con le ricerche precedenti viene confermato, quindi, che l'intensità di utilizzo della rete non si limita esclusivamente alle nuove generazioni, ma riguarda anche i meno giovani: la rivoluzione digitale ha apportato cambiamenti nelle abitudini di vita, anche per generazioni precedenti, non native digitali.

Tuttavia, sia nello studio condotto sulla F.O.M.O., sia nelle ricerche sul Narcisismo digitale, è emerso che mentre per i Nativi digitali tali disagi non vanno di pari passo con l'intensità di utilizzo della rete, per le generazioni precedenti i due fenomeni risultano essere correlati. Infatti, dalla ricerca di Shaun Davenport e colleghi (2014) è emerso che tra gli studenti di circa 20 anni, il narcisismo non è correlato con il numero di status postati, di post, e di amici su Facebook; questo non sembra essere vero per una popolazione più matura in termini di età. Tra gli adulti, punteggi più alti nella variabile narcisismo sarebbero associati a un uso maggiore di Facebook. Stesso discorso vale per la F.O.M.O: i Nativi digitali che utilizzano molto i social network durante le attività quotidiane, non presentano alti livelli di F.O.M.O. mentre per gli Immigrati digitali, i livelli di F.O.M.O. e l'intensità di utilizzo dei social network vanno di pari passo. È possibile spiegare questo fenomeno considerando che i ventenni odierni sono di fatto cresciuti con i social network sin dall'infanzia, li considerano come pratica comune routinizzata.

I Nativi considerano le tecnologie come un elemento naturale del loro ambiente di vita, una “protesi cognitiva e ludica”, e non una novità da temere; vedono e costruiscono il mondo in maniera diversa da chi li ha preceduti: per loro esiste il reale e altrettanto reale è la sua espansione “virtuale”.

Per gli Immigrati Digitali invece, la vita virtuale si configura essenzialmente come una copia, un'imitazione della vita face-to-face, per cui reale e virtuale continuano ad essere due realtà non conciliabili. Postare continuamente il proprio status o le proprie foto su Facebook, essere continuamente connessi, non rientra nelle loro norme sociali e relazionali ma può essere il risultato di spinte narcisistiche o, secondo lo studio condotto, può essere il risultato di alti livelli di F.O.M.O.

Si potrebbe immaginare, metaforicamente, la differenza tra *Nativi Digitali* ed *Immigrati Digitali* come la differenza tra un originario madrelingua ed una persona che stia imparando (o abbia imparato) una seconda lingua (il linguaggio digitalizzato). Per quanto si possa essere dotati, per quanto si impari in fretta ed in modo completo, si noteranno sempre degli accenti relativi alla propria lingua d'origine. Ma il punto fondamentale da considerare è il fatto che un madrelingua penserà e sognerà principalmente nella sua lingua madre, mentre la persona che abbia imparato quella seconda lingua, resterà una persona che pensa e sogna nel suo linguaggio originario, con la conseguente necessità di una continua, simultanea traduzione di significati. Traduzione che tradisce differenti stili di vita e visioni del mondo.

Capitolo sesto

SOCIAL NETWORK: IL DESIDERIO DI ESSERE COSTANTEMENTE CONNESSI E LA PAURA DI ESSERE TAGLIATI FUORI

Introduzione alla ricerca

L'interesse scientifico nei confronti degli aspetti psicologici e psicopatologici dell'uso della Rete si è molto focalizzando sul fenomeno della dipendenza da Internet (Internet Addiction Disorder). Tale attenzione spesso non rende giustizia alla natura complessa della Rete, alla sua dimensione interpersonale, alla molteplicità dei bisogni individuali che Internet può soddisfare.

In Italia l'iniziale e comprensibile scetticismo dimostrato dal mondo scientifico e in particolare psichiatrico si è trasformato in reale interesse in merito da quando è stato possibile esaminare i primi pazienti affetti da sintomatologia Internet-correlata, nei quali era presente assieme a uno strano corteo sintomatologico, una sorta di irrefrenabile bisogno di chattare, a volte così esclusivo da indurre a trascurare qualsiasi altra attività.

Il rapporto tra psicologia e Internet ha recentemente ricevuto ulteriori attenzioni, grazie alla possibilità di trattare questo tipo di pazienti (e non solo) attraverso il contatto on-line, utilizzando Internet come uno strumento terapeutico che si dimostra particolarmente indicato per quegli utenti che altrimenti difficilmente ricorrerebbero all'aiuto di uno specialista. Sembra comunque accettato che sia possibile evidenziare una sorta di potenzialità psicopatologica propria della Rete.

Negli anni di studi e ricerche in merito, sono state evidenziate, in sintesi, le seguenti caratteristiche relative all'Internet Addiction Disorder:

Fattori di rischio

- condizioni psicopatologiche come disturbo depressivo, disturbo ossessivo-compulsivo, disturbo bipolare compulsione sessuale, gioco d'azzardo patologico;
- fattori situazionali: sindrome da burnout, contrasto coniugale o abuso infantile.
- condotte a rischio: “eccessivo consumo”, riduzione delle esperienze di vita e di relazione “reali”;
- eventi di vita sfavorevoli (problemi lavorativi, familiari, ecc: “internet come valvola di sfogo”);
- potenzialità psicopatologiche proprie della rete (anonimato e sentimenti di onnipotenza che possono degenerare in: pedofilia, sesso virtuale, creazione di false identità, gioco d'azzardo, ecc).
- Genere sessuale maschile

Fattori di protezione

- Buona autostima e sicurezza in sé stessi;
- Buone relazioni (non virtuali);
- Mancanza di importanti disagi psicologici;
- Mancanza di marcati tratti ossessivo-compulsivi.

La seguente ricerca si iscrive in una seconda fase, che faccia seguito ad un primo studio pilota relativo alla F.O.M.O (Capitolo 5).

FOMO è il timore di mancare degli strumenti, delle competenze del linguaggio adatto e sufficientemente aggiornato, per essere accettati e appartenere al gruppo di riferimento. Una paura che porta a controllare in modo compulsivo il cellulare o qualsiasi altro dispositivo, per vedere cosa accade ad amici, conoscenti e sconosciuti. Elevati livelli alle scale F.O.M.O. potrebbero far pensare agli stessi disagi ed a molti fattori di rischio e protezione che caratterizzano la IAD, anche se, probabilmente, una gran differenza potrebbe essere l'intensità del disagio psichico e sociale.

In questa ricerca si intende indagare la relazione tra livelli di dipendenza da internet, livelli di F.O.M.O. e modalità di coping più frequentemente utilizzate dai partecipanti.

Dallo studio pilota precedente, si possono riassumere i seguenti risultati:

- l'intensità di utilizzo dei social network durante la quotidianità può essere considerato un predittore significativo di F.O.M.O. nei partecipanti di tutte le età.
- I Nativi Digitali sono maggiormente esposti alla F.O.M.O. rispetto alle generazioni precedenti, come sostenuto dalle ricerche già effettuate (Przybylski et al., 2013).
- Precedenti ricerche (Przybylski et al., 2013) ritengono che i maschi siano maggiormente predisposti alla F.O.M.O. Dai risultati tale ipotesi non risulta essere confermata.
- coloro che utilizzano internet durante le principali attività quotidiane presentano livelli più alti di F.O.M.O. Questo dato riguarda in particolare il genere femminile e gli Immigrati digitali, ma non i Nativi digitali.

Si ritiene di fondamentale importanza, per una panoramica delle attuali modalità di utilizzo della rete internet e dei comportamenti ad esse correlati, nonché per uno studio approfondito sulla linea di demarcazione tra quelli che potrebbero ritenersi comportamenti patologici e quelle che possano essere considerate mode e stili di vita, approfondire la relazione che intercorre tra livelli di internet dipendenza e livelli di F.O.M.O., nonché tra i precedenti due e le strategie di coping legate a questi livelli.

1. Fasi dello studio

Prima fase: durante una prima fase è stato indispensabile tradurre le scale FOMO espresse di seguito, dall'inglese all'italiano e contattare gli autori (A. Przybylski et al. 2013) dello strumento (Appendice 2) per delucidazioni sulle modalità di calcolo dei punteggi.

Il ricercatore A. Przybylski (2013) è stato il primo, insieme a ricercatori dell'Università della California, di Rochester e di Essex a condurre una ricerca empirica sulla FOMO che fornisca informazioni su come valutarla in modo affidabile e su come si correli con fattori legati al benessere, al comportamento,

demografici e motivazionali. Gli autori sono stati contattati tramite mail e sono stati molto disponibili a dare tutte le informazioni e spiegazioni necessarie all'utilizzo dello strumento

Seconda fase: durante questa fase è stato messo a punto uno studio pilota, indispensabile per l'utilizzo delle tre scale FOMO (capitolo V) dato che lo strumento non era mai stato somministrato in Italia. La somministrazione è avvenuta tramite creazione di un portale attraverso il servizio Web "Survey Monkey" e la successiva condivisione del link tramite Social network, applicazioni per smartphone ed indirizzi e-mail.

Questa fase ha permesso il confronto tra i risultati con i partecipanti italiani e i risultati con i partecipanti statunitensi (A. Przybylski et al. 2013). Analogie e differenze sono state ampiamente messe in luce nel presente lavoro.

Terza fase: questa fase ha rappresentato il cuore della ricerca. Si è proceduto al caricamento manuale degli strumenti esposti di seguito, in un account web creato ad hoc, tramite il portale e servizio Qualtrics.com. Tale servizio è stato ritenuto più professionale rispetto al precedente (Survey Monkey), sia per le funzionalità, sia per l'interfaccia, sia per le potenzialità del portale.

L'indagine è stata intitolata: "Social Network: il desiderio di essere costantemente connessi e la paura di essere tagliati fuori". L'intera procedura di compilazione, ha richiesto a ciascun partecipante dai 20 ai 35 minuti. L'indagine è stata attivata (ed è tutt'ora attiva) dall'1 maggio 2014, ma il portale permette di ritagliare un range temporale per poter effettuare una prima analisi dei risultati, o procedere ad uno studio longitudinale successivo. Il periodo di tempo del presente studio è stato di dodici mesi (1 maggio 2014 – 30 aprile 2015).

La creazione dell'indagine tramite Qualtrics.com, ha dato origine ad un link di accesso alla batteria di indagine, questo link è stato facilmente utilizzabile sia da pc che da smartphone o da tablet.

2. Domande di ricerca

In una prima parte del lavoro, una delle principali domande di ricerca che ci si è posti, era relativa allo strumento F.O.M.O. esplorato nella prima

somministrazione. In particolare ci si è chiesti che legame ci fosse tra il desiderio di essere costantemente connessi e la paura di essere tagliati fuori. Questa domanda si è potuta tradurre in un confronto tra i risultati ottenuti allo strumento di misurazione F.O.M.O. e i risultati ottenuti ad uno dei principali strumenti utilizzati per misurare i livelli di dipendenza da internet l'U.A.D.I.

Nello specifico si è inoltre proceduto anche al confronto tra i risultati alle sottoscale F.O.M.O. per poter verificare la presenza di un conflitto tra il desiderio di essere connessi e la paura di essere tagliati fuori (livelli di F.O.M.O.), al fine di dare una chiave di lettura a questo stato conflittuale interno.

In uno step successivo ci si è chiesti se si potesse stabilire un “confine”, seppur non ben definito, tra utilizzo sano ed utilizzo al limite del patologico dei social network, e se questo limite fosse connesso o meno ai livelli di dipendenza da internet.

Infine una domanda chiave è stata relativa alla ricerca di eventuali modalità di coping specifiche, al fine di poter osservare delle modalità di coping “a rischio” e delle modalità di coping “protettive” rispetto ai livelli di F.O.M.O.

3. Obiettivi e ipotesi

3.1. Obiettivo generale

L'obiettivo generale si è tradotto, attraverso le domande di ricerca, nell'esplorazione di eventuali correlazioni (positive o negative) tra le scale della batteria e le sottoscale presenti, per poter verificare il rapporto che intercorre tra i livelli di dipendenza da internet, i livelli di F.O.M.O. e le modalità di coping utilizzate.

3.2. Obiettivi specifici

Nello specifico si è proceduto a lavorare su:

- Ricerca di modalità di coping specifiche legate ai livelli di F.O.M.O.
- In che modo il genere sessuale e l'età influenzassero eventualmente i punteggi alle scale e sottoscale.

3.3. Ipotesi di ricerca

Si è ipotizzato che i **rapporti tra le cinque sottoscale UADI** (disturbo da dipendenza da internet), diffusi in letteratura, siano confermati dalla somministrazione.

L'ipotesi rispetto alle **strategie di coping** proprie dei partecipanti, è stata quella della presenza di correlazioni significative tra alcune strategie specifiche e livelli di F.O.M.O. Soprattutto correlazioni positive tra elevati livelli di F.O.M.O. e modalità di coping disadattive, o correlazioni positive tra bassi livelli di F.O.M.O. e modalità di coping maggiormente ritenute adattive in letteratura scientifica.

Ci si è attesa la presenza di risposte di coping disadattive in concomitanza con livelli elevati di dipendenza da internet.

In linea con gli studi precedenti, non ci si è aspettata la presenza di relazioni particolarmente significative tra genere sessuale e strategie di coping, bensì tra genere sessuale e valori del disturbo di dipendenza da internet.

Per quel che concerne l'**età**, studi precedenti suggeriscono risposte di coping meno adattive in soggetti più giovani, e ci si è aspettato di rilevare, in questo caso, anche valori più elevati del disturbo da dipendenza da internet.

Si è ipotizzato, inoltre, di confermare i risultati dello studio pilota precedente per poter lavorare su correlazioni rispetto a FOMO, IAD e coping. Quindi si è auspicato che il genere sessuale, ancora una volta, non influenzasse i punteggi alla FOMO mentre, per questo valore, ci si è attesi, al contrario, che l'età facesse la differenza, soprattutto tra nativi digitali ed immigrati digitali.

4. Partecipanti

I partecipanti sono stati coinvolti nella ricerca tramite la condivisione del link di accesso; tale condivisione è avvenuta su social network, applicazioni per smartphone e indirizzi e-mail, con la richiesta specifica di completare la compilazione fino alla fine, avvertendo che il tempo richiesto era tra 20 e 30 minuti.

Nonostante tale raccomandazione, molti partecipanti non hanno completato l'indagine. Qualtrics distingue il totale delle risposte "Started" ed il totale delle risposte "Completed", dalla differenza scaturiscono le risposte non completate, che possono essere scartate. I partecipanti che non hanno completato l'indagine sono stati oltre 212, ma i loro questionari Started sono stati cancellati durante lo studio, per permettere il successivo inserimento di altri partecipanti, essendo il portale Qualtrics.com, limitato alla partecipazione alle indagini da parte di un numero massimo di 250 partecipanti (nella sua versione gratuita, priva di abbonamento da parte dell'Università di appartenenza).

I tempi di somministrazione sono stati piuttosto lunghi a causa della lunghezza dello strumento, che ha permesso di reclutare 226 partecipanti che abbiano completato l'indagine, solo in un periodo di dodici mesi. Durante questo periodo, è stato anche possibile scegliere i partecipanti secondo una equa distribuzione sia tra partecipanti uomini e partecipanti donne (Tabella 7), sia tra i tre gruppi d'età oggetto di studi specifici




N.	Risposta		%
1	Maschio		44%
2	Femmina		55%
3	Altro		1%
	Totale		100%

Tabella 7: Genere sessuale dei partecipanti

I partecipanti, d'età compresa tra i 13 (con il consenso di almeno uno dei genitori) e i 64 anni, sono stati raggruppati in tre classi generazionali:

79 (35 %) tra i 13-24 anni; 75 (33%) tra i 25-34 anni; 72 (32%) tra i 35-64 anni. Le tre classi d'età individuate corrispondono a tre generazioni differenti: i Nativi Digitali (13-24), gli Immigrati digitali (25-34) e i Tardivi digitali (35-64).

Il range di età è differente per le tre classi, ma si è preferito rispettare la distribuzione del numero di partecipanti e le basi teoriche rispetto alle definizioni ed appartenenze di Nativi digitali, Immigrati digitali e Tardivi digitali (o generazione pre-digitale) (Cantelmi, 2012), per poter meglio comprendere l'eventuale presenza di diversi gap generazionali.

Il titolo di studi dei partecipanti è mediamente elevato, col 74% dei partecipanti con laurea/dottorato di ricerca (Tabella 8).



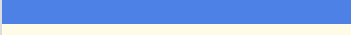
N.	Risposta		%
1	Licenza elementare/media		5%
2	Diploma		21%
3	Laurea/Dottorato di ricerca		74%
	Totale		100%

Tabella 8: Titolo di studi dei partecipanti

La nazionalità dei partecipati è prevalentemente italiana (Tabella 9), per poter effettuare confronti tra partecipanti italiani e partecipanti californiani dello studio FOMO relativo agli autori dello strumento (Przybylski et all. 2013).




N.	Risposta		%
1	Italia		95%
2	Altra nazione europea		3%
3	Oltre confini europei		2%
	Totale		100%

Tabella 9: Nazionalità dei partecipanti

5. Strumenti utilizzati

La batteria intitolata “Social Network: il desiderio di essere costantemente connessi e la paura di essere tagliati fuori”, è stata somministrata tramite Qualtrics.com (Sophisticated Research Made Simple), Strumento web-based per l’organizzazione e lo svolgimento di indagini. Il sito web è composto da un pacchetto che permette di strutturare ricerche complesse, facilitando la somministrazione di questionari via web e la raccolta di dati.

Permette l’inserimento di batterie e la loro somministrazione tramite link, corredate da informazioni sociodemografiche e consenso informato con firma digitale, da strutturare a cura dell’utente/ricercatore.

La batteria ha richiesto dai 25 ai 40 minuti per la compilazione completa, dal momento che è stata composta dei seguenti questionari piuttosto articolati:

- **F.O.M.O. - Fear of missing out - Quiz (Andrew Przybylski et al., 2013)** (Appendice 1), costituito dalla Fear of Missing Out Scale (FoMOS) con 10 Items su scala likert a 5 punti da “non è affatto vero per me” a “è estremamente vero per me”; il Social Media Engagement Questionnaire (SMEQ) costituito da 5 Items su scala likert a 8 punti: Nemmeno un giorno/ Un giorno/ Due Giorni/ Tre giorni/ Quattro giorni/ Cinque giorni/ Sei Giorni/ Tutti i giorni; la Scala Numero Social (SNS) per rilevare il tipo e il numero di social utilizzati. (Le scale F.O.M.O sono state oggetto di uno studio pilota, riportato nel capitolo precedente).
- **COPE-NVI - Coping Orientation to Problems Experienced Nuova Versione Italiana (C. Sica et al., 2008)** (Appendice 4), costituito da 60 items, chiede di valutare con quale frequenza il soggetto mette in atto — nelle situazioni difficili o stressanti — quel particolare processo di coping; le possibilità di risposta sono quattro: da «di solito non lo faccio» a «lo faccio quasi sempre».

Le cinque classi di strategie di coping previste dallo strumento, sono le seguenti:

1. Sostegno sociale (ricerca di comprensione, di informazioni e sfogo emotivo)
2. Strategie di evitamento (negazione, uso di sostanze, distacco comportamentale e mentale)
3. Attitudine positiva (atteggiamento di accettazione, contenimento e reinterpretazione positiva degli eventi)
4. Orientamento al problema (utilizzo di strategie attive e di pianificazione)
5. Orientamento trascendente (religione e all'assenza di umorismo)

La modalità di calcolo dei punteggi, per rilevare le strategie di coping caratteristiche dei partecipanti, richiedono di sommare i valori delle risposte, secondo lo schema seguente:

Sostegno sociale = 3 + 4 + 11 + 14 + 17 + 23 + 28 + 30 + 34 + 45 + 46 + 52

Strategie di evitamento = 2 + 6 + 9 + 12 + 16 + 24 + 26 + 27 + 31 + 35 + 37 + 40 + 43 + 51 + 53 + 57

Attitudine positiva = 1 + 10 + 13 + 21 + 22 + 29 + 38 + 41 + 44 + 49 + 54 + 59

Orientamento al problema = 5 + 15 + 19 + 25 + 32 + 33 + 39 + 42 + 47 + 55 + 56 + 58

Orientamento trascendente = 7 + 8 + 18 + 20 + 36 + 48 + 50 + 60

- **UADI - Use, Abuse and Dependence on the Internet UADI (Gnisci et al, 2011)** (Appendice 3). Questo strumento è stato proposto in una ricerca da Del Miglio, Gamba e Cantelmi (2001), realizzato presso l'Università "La Sapienza" di Roma, e rappresenta tutt'oggi l'unico strumento italiano sulla dipendenza da internet ad essere validato sulla popolazione Italiana. Gli Autori si sono proposti di costruire uno strumento italiano che possa indagare il complesso rapporto tra Internet e fenomeni psicologici correlati (atteggiamenti, motivazioni, emozioni, comportamenti, sintomi) attraverso un approccio ampio che valuti i rischi psicopatologici dell'abuso della Rete

L'UADI si compone di 75 items ai quali è possibile rispondere secondo una scala Likert a cinque punti (1 = assolutamente falso; 2 = piuttosto falso; 3 = nè vero nè falso; 4 = abbastanza vero; 5 = assolutamente vero) che riguardano l'uso di Internet, con particolare attenzione al vissuto emotivo del soggetto durante e dopo il collegamento.

Lo strumento prevede 5 sottoscale, ciascuna composta da 15 items. Le 5 scale non sono nettamente separate, ma gli items sono mescolati tra loro e le misurazioni alle 5 scale sono possibili con una apposita selezione, degli items di interesse, da parte del ricercatore.

Gli items vanno conteggiati in questo modo sulla scala likert:

5=1 4=2 3=3 2=4 1=5

Le 5 dimensioni dell'UADI sono:

- ***Evasione compensatoria*** (EVA) raccoglie una serie di items che descrivono un uso di Internet all'insegna dell'evasione, quale atto di compensazione rispetto alle difficoltà della vita reale quotidiana. Le affermazioni riguardano la regolazione, in positivo, dell'umore, del senso di competenza personale e delle qualità di relazione sociali.

Gli item riconducibili a questa area sono i seguenti:

i3+i4+i6+i7+i12+i19+i22+i23+i48+i56+i61+i62+i66+i76+i77

- La scala ***Dissociazione*** (DIS) descrive alcuni sintomi dissociativi (esperienze sensoriali bizzarre, depersonalizzazione, derealizzazione)

insieme alla tendenza all'alienazione e all'allontanamento-fuga dalla realtà.

Gli item riconducibili a questa area sono i seguenti:

i13+i25+i27+i29+i32+i36+i41+i43+i47+i53+i58+i59+i67+i74+i79

- La scala ***Impatto sulla vita reale*** (IMP) contiene degli items che descrivono le conseguenze sulla vita reale (eventuale modificazione delle abitudini, dei rapporti sociali, dell'umore) dell'uso di Internet.

Gli item riconducibili a questa area sono i seguenti:

i15+i24+ i30+i35+i38+i42+i44+i46+i52+i54+i63+i69+i71+i75+i78

- La scala ***Sperimentazione*** (SPE) descrive l'uso di Internet come spazio privato, come laboratorio sociale di sperimentazione del sé, come terreno per il gioco e la regressione, come strumento per la ricerca di emozioni.

Gli items riconducibili a questa area sono i seguenti:

i8+i10+i14+i16+i20+i21+i28+i33+i34+i39+i40+i45+i65+i70+i73

- La scala ***Dipendenza*** (DIP) contiene items che riguardano alcuni comportamenti e sintomi della dipendenza, in particolare tolleranza (aumento progressivo del periodo di collegamento), astinenza, compulsività e ipercoinvolgimento.

Gli item riconducibili a questa area sono i seguenti:

i1+i2+i9+i11+i17+i31+i37+i49+i50+i51+i55+i60+i68+i72+i80

Per i test quantitativi sorge un problema di interpretazione: occorre stabilire un **valore critico o soglia o cut-off**, che rappresenta il limite di separazione tra «**positività**» e «**negatività**» del test. Ciò corrisponde generalmente alla separazione ammalato/sano. In questo caso il cut-off ci permette di stabilire se e quanti partecipanti possano essere considerati dipendenti o non dipendenti da Internet. Tuttavia, in questo caso, gli autori dello strumento suggeriscono un valore soglia che si allontani e si avvicini al punteggio grezzo intermedio di 45, dal momento che la sommatoria dei punteggi potrebbe dare un valore minimo di 15 e un valore massimo di 75.

- **Scheda demografica e consenso informato** (Appendice 5). Nella scheda demografica sono stati inseriti elementi generali quali età, genere sessuale, titolo di studi e nazionalità. L'età ed il genere sono apparsi indispensabili per gli studi presenti e le necessarie correlazioni, anche alla luce del confronto con studi precedenti, relativi sia alla FOMO (Andrew Przybylski et al., 2013), sia al coping (C. Sica et al., 2008), sia alla dipendenza da internet (Gnisci et al, 2011).

6. Analisi dei dati

Per l'analisi dei dati ottenuti è stato utilizzato il software statistico SPSS (Statistical Package for Social Science).

In una prima fase di analisi, sono stati calcolati i punteggi rispetto ai tre strumenti utilizzati e le loro sottoscale.

Successivamente, sono state condotte delle analisi della varianza (ANOVA) ad una via, considerando tali punteggi di scale quali variabili dipendenti e, come fattori, il genere di appartenenza dei soggetti e la loro età anagrafica.

In una terza fase sono state effettuate delle analisi correlazionali, mediante l'utilizzo del coefficiente di correlazione lineare di Bravais-Pearson, scegliendo, tra le sottoscale proposte, quelle con punteggi più significativi.

6.1. Descrizione di frequenze alle scale e statistiche descrittive per età e genere sessuale

Inizialmente sono state effettuate le principali statistiche descrittive (frequenza, media, deviazione standard, valori di minimo e di massimo osservati) riguardanti gli strumenti utilizzati. Inoltre sono state effettuate le somme manuali richieste dagli strumenti F.O.M.O., UADI e COPE-NVI, per il calcolo, rispettivamente, dei livelli di FOMO, di dipendenza da internet e le strategie di coping più utilizzate dai partecipanti.

Successivamente, sono state condotte delle analisi della varianza (ANOVA) ad una via, considerando tali punteggi di scale quali variabili

dipendenti e, come fattori, il genere di appartenenza dei soggetti e la loro età anagrafica.

6.1.1. Le scale F.O.M.O.

Alla domanda “Hai almeno un profilo su un social network/social media?”, i partecipanti hanno dato le seguenti risposte (Tabella 10):


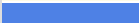

N.	Risposta		%
1	No		5%
2	Sì, uno		29%
3	Sì, più di uno		66%
	Totale		100%

Tabella 10: SNS (Scala Numero Social)

Mentre alla domanda “quali dei seguenti social media utilizzi? (Seleziona tra le varie opzioni, anche più d’una)”, si sono avuti valori da un minimo di un solo social ad un massimo di tredici social per una singola persona (tutti i social menzionati nella domanda).

I più utilizzati sono risultati Facebook e l’app Whatsapp (Tabella 11), che oramai è al confine tra l’esser stata introdotta come semplice app di messaggistica ed essere divenuta in breve tempo un vero e proprio social di scambi e pubblicazioni di “stati”.














N.	Risposta		Risposte	%
10	Weibo		1	1%
9	VK		5	3%
11	Steam		5	3%
8	Pintrest		8	5%
13	Altro		15	10%
7	Tumblr		14	10%
5	MySpace		18	12%
6	Instagram		44	30%
4	LinkedIn		45	31%
2	Twitter		47	32%
3	Google+		51	35%
12	WhatsApp		103	70%
1	Facebook		132	90%

Tabella 11: SNS (Scala Numero Social)

Alla voce “altro” sono state citate maggiormente le apps WeChat e Telegram.

I risultati delle tre scale FoMOS, SMES e SNS vanno confrontate con i risultati dello studio pilota precedente.

Dalla scala SNS attuale sono emersi ancora una volta alti punteggi al social Facebook (90%), mentre sono state aggiunte, rispetto allo studio pilota, il social Steam, la app WhatsApp e la voce “altro”. La app WhatsApp ha ricevuto un altissimo numero di preferenze (70%), mentre la voce “Altro” ha permesso di rilevare preferenze emergenti come WeChat e Telegram. Il social Steam (prevalentemente utilizzato da Gamers) ha ricevuto un basso numero di preferenze (5%).

- Ancora una volta, a differenza dello studio di A. Przybylski (2013), e in accordo con lo studio pilota precedente, non sussistono delle differenze statisticamente significative rispetto al genere sessuale in relazione alle scale FoMOS, SMES e SNS.
- Il gruppo di Nativi Digitali presenta dei livelli maggiori di F.O.M.O., come sostenuto dalle ricerche già effettuate (Przybylski et al., 2013) e dallo studio pilota del presente lavoro.
- Immigrati digitali che utilizzino internet durante le principali attività quotidiane presentano livelli più alti di F.O.M.O. Questo dato non riguarda i Nativi digitali.

I risultati alla scala SMES, non mostrano differenze statisticamente significative fra le medie dei punteggi relativi all'utilizzo dei social media durante i pasti principali. Mentre sussistono differenze rispetto ai due momenti prima e dopo le ore di sonno notturne, con una preferenza maggiore nel momento del risveglio (Tabella 12).

Le medie dei punteggi grezzi, considerato il range di valori alle risposte su scala likert da 1 a 8, evidenziano una alta frequenza di risposte “Tutti i giorni” alla domanda: “Quanto spesso ha usato i social media nei 15 minuti dopo essersi svegliato/a?”. Infatti il valore medio di questa risposta è 6,48 (Varianza 8,28), maggiore delle altre abitudini d'utilizzo (Tabella 12).

Statistiche descrittive SMES Social Media Engagement Scale	1. Quanto spesso ha usato i social media durante la cena?	2. Quanto spesso ha usato i social media nei 15 minuti prima di andare a dormire?	3. Quanto spesso ha usato i social media durante la colazione?	4. Quanto spesso ha usato i social media nei 15 minuti dopo essersi svegliato/a?	5. Quanto spesso ha usato i social media durante il pranzo?
Valore min	1	1	1	1	1
Valore max	8	8	8	8	8
Media	3.33	5.78	3.12	6.48*	3.20
Varianza	6.91	7.59	6.52	8.28*	6.05
Deviazione Standard	2.63	2.55	2.75	2.88	2.46
Risposte	226	226	226	226	226

Tabella 12: Statistiche descrittive alla scala SMES (Social Media Engagement Scale)

6.1.2. La scala sul Coping

Non si sono rilevate differenze statisticamente significative per età di appartenenza, rispetto alle strategie di coping.

Tra le risposte relative alle modalità di coping, l'intero gruppo di partecipanti ha dato valori molto bassi (con media da un minimo di 1,29 ad un massimo di 1,34) alle risposte “di solito non lo faccio”, sulle opzioni di coping:

- ✓ Dico a me stesso/a che sto vivendo qualcosa di irreale (6)
- ✓ Faccio uso di alcool o droghe o farmaci per sentirmi meglio (12)
- ✓ Cerco di distrarmi per un momento bevendo alcool o prendendo droghe o farmaci (26)
- ✓ Mi rifiuto di credere che ciò sia accaduto (27)
- ✓ Rinuncio a ogni tentativo di ottenere ciò che voglio (37)
- ✓ Faccio finta che non sia veramente accaduto (40)
- ✓ Mi comporto come se non fosse mai accaduto (57)

Queste risposte, e le relative domande di controllo, rientrano tra quelle che l'autore dello strumento ha considerato “Strategie di evitamento”. I valori a queste risposte sono estremamente bassi.

Le risposte con valori maggiori (lo faccio quasi sempre) sono quelle relative alle opzioni di Coping orientate al problema e al sostegno sociale:

- ✓ Mi impegno al massimo per agire sulla situazione (5)
- ✓ Parlo dei miei sentimenti con qualcuno (11)
- ✓ Preparo un piano d'azione (19)
- ✓ Parlo con qualcuno per fare qualcosa di concreto per risolvere il problema (30)
- ✓ Cerco di escogitare una strategia sul da farsi (32)
- ✓ Penso a come potrei gestire al meglio il problema (39)
- ✓ Rifletto intensamente su quali mosse fare (56)

Le risposte di coping dei partecipanti, in base al calcolo tramite sommatoria degli items relativi ad ognuna delle cinque specifiche risposte di coping, come suggerito dagli autori dello strumento (C. Sica et al., 2008), possono essere così classificate, dalla più utilizzata alla meno utilizzata (Figura 6):

- 1) Orientamento al problema (47%)
- 2) Sostegno sociale (39%)
- 3) Attitudine positiva (accettazione e reinterpretazione) (9%)
- 4) Orientamento trascendente (3%)
- 5) Strategie di evitamento (2%)

Il confronto tra le medie di M e F al COPE-NVI, non ha evidenziato differenze statisticamente significative tra le risposte di coping dei due generi maschile e femminile.

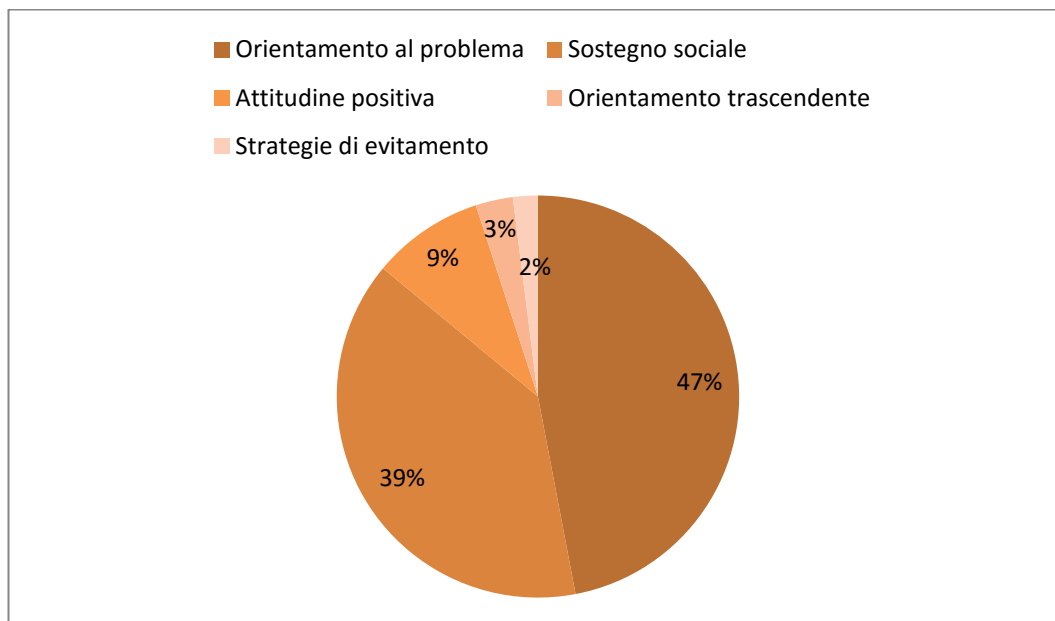


Figura 6: Sottoscale strategie di coping dei partecipanti

6.1.3. La scala dipendenza da Internet

Dei 226 partecipanti, 177 sono risultati addicted, avendo superato la soglia di 45, secondo il calcolo dei punteggi previsto dagli autori dello strumento, cioè la sommatoria (valori assegnati in positivo o negativo su scala likert, come da elenco fornito dagli autori) dei valori dati agli items delle cinque sottoscale da parte dei partecipanti (Gnisci et al, 2011).

Considerando che le sommatorie possono variare da un minimo di 15 a un massimo di 75, e che il punteggio grezzo intermedio è 45, si è scelto come valore soglia ogni punteggio superiore a 45. Gli autori dello strumento considerano alte delle medie che si avvicinino molto al punteggio intermedio di 45.

Nel nostro caso, i 177 partecipanti ritenuti addicted, superano questo punteggio, con un valore medio di 48,56.

Il confronto tra le medie di M e F all'UADI non ha evidenziato differenze significative sulle singole scale e sul punteggio totale: quindi i partecipanti non si differenziano in base al genere sessuale e all'età per uso-abuso di Internet.

È stato successivamente condotto il test di correlazione attraverso il coefficiente r di Pearson tra le cinque dimensioni dell'UADI (Tabella 13).

	EVASIONE	DISSOCIAZIONE	IMPATTO	SPERIMENTAZIONE	DIPENDENZA
EVASIONE	1,000	775*	437	796*	702*
DISSOCIAZIONE	745	1,000	322	785*	552*
IMPATTO	437	402	1,000	323	319
SPERIMENTAZIONE	798	725	323	1,000	743*
DIPENDENZA	613	533	336	678	1,000

Tabella 13: correlazioni tra le 5 dimensioni dell'UADI

Come si evince dalla tabella, il costrutto dell'Evasione correla positivamente con le dimensioni "Sperimentazione", "Dissociazione" e "Dipendenza". Ciò induce a sostenere che i sentimenti di Evasione che si provano grazie ad un prolungato collegamento ad Internet, comportino sintomi tipici della Dipendenza e della Dissociazione.

Il costrutto della Dissociazione correla positivamente soprattutto con Sperimentazione e Dipendenza.

Il costrutto della Sperimentazione correla positivamente con la dimensione Dipendenza.

6.2. Analisi correlazionali

In una terza fase sono state effettuate delle analisi correlazionali, mediante l'utilizzo del coefficiente di correlazione lineare di Bravais-Pearson, fra la variabile FoMOS (sottoscala livello di F.O.M.O. dei partecipanti) e i valori alle cinque sottoscale delle strategie di coping (Tabella 14).

Le correlazione tra sottoscala FoMOS e sottoscala coping orientato al problema non ha dato valori significativi.

Mentre le correlazioni tra livelli di FoMOS, coping orientato al sostegno sociale e coping orientato all'evitamento, hanno messo in evidenza valori significativi ed una correlazione positiva tra i due costrutti del primo caso, e negativa nel secondo caso (Tabella 14).

Infine è stata effettuata un'analisi correlazionale tra i valori alle cinque sottoscale sulla dipendenza da internet e i livelli di FoMOS dei partecipanti (Tabella 15).

I risultati hanno evidenziato una correlazione significativa tra FoMOS e le sottoscale: evasione compensatoria e dissociazione. Per entrambe si tratta di una correlazione negativa.

Un esempio di item di evasione compensatoria è: “Qualche volta uso internet come valvola di sfogo alle mie preoccupazioni” (item 62 dell’UADI); mentre relativamente alla dissociazione: “Internet influenza i miei pensieri o i miei sogni” (item 79 dell’UADI).

Non ci sono valori significativi tra livelli di F.O.M.O. e sottoscala Dipendenza, come ci si sarebbe potuti attendere.

Strategie di coping	Correlazione Con FoMOS
Sostegno sociale	0,17*
Strategie di evitamento	-0,21*
Attitudine positiva	0,02
Orientamento al problema	0,02
Orientamento trascendente	0,01

Tabella 14: correlazioni tra le diverse dimensioni del COPE-NVI e i valori FoMOS

Use, Abuse and Dependence on the Internet	Correlazione con FoMOS
Evasione compensatoria	-0,16*
Dissociazione	-0,19*
Dipendenza	0,02
Sperimentazione	0,01
Impatto sulla vita reale	0,01

Tabella 15: correlazioni tra le diverse dimensioni del l’ UADI e i valori FoMOS

7. Discussione dei risultati

F.O.M.O. Dalla scala SMES, si evidenzia che i social media vengono utilizzati indiscriminatamente durante i tre pasti principali. Rispetto alle ore dei pasti, vengo però maggiormente utilizzati durante i due momenti prima e dopo le ore di sonno notturne, con una preferenza maggiore nel momento del risveglio (Tabella 16).

N.	Domanda	Media
5	Quanto spesso ha usato i social media durante il pranzo?	3.20
3	Quanto spesso ha usato i social media durante la colazione?	3.12
1	Quanto spesso ha usato i social media durante la cena?	3.33
4	Quanto spesso ha usato i social media nei 15 minuti prima di andare a dormire?	5.78
2	Quanto spesso ha usato i social media nei 15 minuti dopo essersi svegliato/a?	6.48

Tabella 16: SMES (Social Media Engagement Scale), media dei punteggi grezzi per domanda, in ordine crescente

La preferenza per il momento del risveglio (ma allo stesso modo, anche il maggior utilizzo prima delle ore di sonno), può far pensare alla necessità di “recuperare il tempo/controllo perduti” durante le ore di sonno, controllare cosa sia successo nel lungo periodo di tempo delle ore di sonno notturne, durante le quali non si sia restati in connessione con i propri contatti.

Relativamente ai tre momenti dei pasti principali, è stata rilevata un’equità per i tre momenti, senza discriminazioni di utilizzo fra i tre pasti principali. Per tutti i partecipanti la media è di poco più di 3 giorni a settimana durante i quali si sia verificato l’utilizzo di un social in concomitanza con i pasti principali. Quasi una volta per ogni due pasti. Questo è un dato che lascia intendere che il momento del pasto è “quasi” condiviso e vissuto all’interno del social, così come possa essere condiviso con i commensali, senza preferenze per i presenti rispetto ai partecipanti dei propri social network (Phubbing).

Alla SNS (Scala Numero Social), la bassa preferenza per il social network Steam (Tabella 11), potrebbe essere dovuto alla somministrazione attraverso canali meno preferiti da Gamers e Nerd (ad esempio facebook e Whatsapp), e

quindi ad una involontaria selezione di partecipanti tra i quali ci sia stata una bassa presenza di Nerd e/o Gamers, i quali rigettano i social più utilizzati e optano per canali alternativi quali Steam e Telegram.

Come evidenziato dallo studio pilota, sono principalmente gli immigrati digitali ad avere maggiori punteggi alle scale F.O.M.O., ma anche in questa seconda somministrazione, sono emersi tali valori alla scala FoMOS. Non ci sono state differenze, invece, rispetto al genere sessuale. Ormai la tecnologia è in uso allo stesso modo per entrambi i generi sessuali e il gap generazionale è di certo un focus di studi maggiore in questo ambito.

Coping. Tradizionalmente le strategie di coping centrate sulle emozioni sono state attribuite con più frequenza alle donne (Ptacek, Smith, e Dodge 1994), mentre è stato rilevato che gli uomini utilizzino strategie centrate sulla soluzione del problema, negazione e utilizzo di alcol e droga in misura maggiore delle donne (Ben-Zur e Zeidner 1995; Steca, Accardo e Capanna, 2001). In realtà questi risultati vengono considerati come frutto di un artefatto. La differenza di genere nell'adozione delle strategie di coping viene attribuita da diversi autori come il risultato delle differenze nelle situazioni stressanti affrontate dagli uomini e dalle donne. Le donne, infatti, affronterebbero maggiormente situazioni stressanti associate alla famiglia e alla salute, mentre gli uomini, situazioni più legate al lavoro e alla situazione economica (Matud , 2004; Stefani, 2004). Occorre, comunque sottolineare che, parallelamente ai cambiamenti nei ruoli di genere, si stanno appianando anche le differenze nelle strategie di coping utilizzate (Felsen, 1998; Matud, 2004).

In linea con queste ultime osservazioni, non si sono rilevate differenze di genere nelle strategie di coping dei partecipanti e, sia per uomini che per donne, la strategia di coping più utilizzata è stata quella dell'orientamento al problema, seguita immediatamente dal sostegno sociale. La strategia di coping centrata sull'evitamento, è stata la meno utilizzata sia dal sottogruppo femminile che da quello maschile.

È innegabile che i bassi punteggi legati agli items sul coping orientato all'evitamento, facciano pensare ad un comportamento di desiderabilità sociale,

ma potrebbe anche essere un dato legato al titolo di studi elevato. D'altronde gli stessi autori dello strumento, hanno rilevato valori significativi nelle correlazioni tra livelli d'istruzione e risposte di coping, con correlazioni negative tra livelli d'istruzione e coping meno adattivi e correlazioni positive tra livelli d'istruzione e coping orientati al problema e al sostegno sociale, considerati come risposte maggiormente adattive di coping (Sica et al., 2008).

Il coping orientato al Sostegno sociale è la seconda strategia di coping più utilizzata dai partecipanti. In questa strategia sono previste risposte quali “ricerca dell'altro”, “parlare con qualcuno”, “cercare comprensione e solidarietà”. È indubbio che questa strategia di coping abbia fatto pensare ai partecipanti alla ricerca dell'altro anche e soprattutto tramite social network, ed emerge tutta l'importanza che in questa epoca assume il “confronto con l'altro” e “il parere dell'altro” da sé, ad un livello globale (senza limiti di spazio e di tempo), forse molto differenti dal confronto e dal parere dell'altro immaginati originariamente dall'autore dello strumento (Cantelmi, T., Del Miglio, C., & Talli, M., 2000). Il sostegno sociale che si intende nella nostra epoca di globalizzazione, è un sostegno del quale non appaia netto il confine tra sostegno come relazione d'aiuto classicamente intesa, e la “condivisione” e “l'approvazione” tipiche dell'utilizzo di social e apps. In una tale forma di sostegno, possono nascondersi i rischi legati alla Fear Of Missing Out.

Per tale motivo è stata effettuata un'analisi correlazionale per approfondire il rapporto tra i livelli misurati alla sottoscala FoMOS e i valori alle sottoscale del coping.

È stato rilevato in passato, che gli adolescenti utilizzino più comunemente strategie di coping disadattive per fronteggiare situazioni stressanti comuni e, non a caso, costituiscono una popolazione a elevato rischio per lo sviluppo di problemi psicologici e comportamentali (Hampel e Petermann, 2005; Wilson, Pritchard e Revalee, 2005). Nel presente studio, non si sono rilevate differenze statisticamente significative per età di appartenenza, rispetto alle strategie di coping. Ma anche questo può essere ritenuto un dato interessante, in un mondo in evoluzione. Potrebbe essere considerata come un'acquisizione di strategie di

coping meno disadattive rispetto agli adulti, grazie ad una maggiore dimestichezza e capacità di utilizzo dei nuovi strumenti tecnologici. Nel senso che il gap generazionale rispetto alle maggiori capacità di utilizzo di strumenti, apps e social da parte dei nativi digitali e in parte di immigrati digitali, rispetto ai tardivi digitali, potrebbero aver accresciuto le strategie di coping adattive di coloro che ne abbiano maggiori capacità di utilizzo, e/o ridotto le strategie adattive di coloro che abbiano avvertito maggiormente il gap generazionale del mondo digitalizzato. Tutto ciò potrebbe aver ridotto i livelli di utilizzo di coping disadattivo da parte degli adolescenti ed adattivo da parte di adulti, avvicinando queste due generazioni ed appianando le differenze nelle strategie di coping più utilizzate.

Dipendenza da Internet. Dei partecipanti, 177 sono risultati addicted, avendo superato la soglia dei punteggi prevista dagli autori dello strumento. Non si sono avute differenze significative in base al genere sessuale e all'età per uso-abuso di Internet, sia sulle cinque sottoscale, sia sul punteggio totale. Questo risultato non è in linea con gli studi precedenti che rilevavano una maggiore Dipendenza da parte dei soggetti più giovani.

Dai risultati ci si attendeva la presenza di risposte di coping disadattive in concomitanza con livelli elevati di dipendenza, o viceversa livelli bassi di dipendenza e risposte di coping maggiormente adattive. I partecipanti hanno invece suggerito la possibilità di risposte di coping adattive anche in presenza di elevati livelli di dipendenza da internet. Anche questo risultato suggerisce la necessità di approfondire il costrutto "Dipendenza da Internet".

Analisi correlazionali. Le analisi effettuate con i tre strumenti inseriti nella batteria utilizzata, hanno messo in evidenza la presenza di correlazioni significative tra alcune sottoscale. Va comunque preliminarmente sottolineato che rilevare una co-presenza non significa rilevare un'evidente relazione di causa-effetto tra due dimensioni.

Sono state effettuate correlazioni tra la sottoscala FoMOS e le cinque sottoscale di strategie di coping e successivamente tra la sottoscala FoMOS e le cinque sottoscale UADI.

Attraverso la prima correlazione, si è cercato di chiarire il rapporto tra F.O.M.O. e strategie di coping preferenziali, ma anche il significato che poteva essere dato al costrutto “sostegno sociale”. Quest’ultimo rappresenta, infatti, non solo la seconda strategia di coping più utilizzata, ma anche l’unico costrutto che correla positivamente con la FoMOS. La strategia orientata al sostegno sociale aumenta in concomitanza con l’aumentare del vissuto di esclusione, con la paura di essere tagliati fuori. Tale paura potrebbe attivare la ricerca di un sostegno...ma di che tipo di sostegno si tratta? Inoltre potrebbe essere vero anche il contrario, cioè che sia il tipo di sostegno sociale messo in atto a non svolgere a pieno la sua funzione, attivando livelli di paura di essere esclusi.

La correlazione positiva tra FoMOS e coping orientato al sostegno sociale, può far pensare ad una forma di sostegno che debba essere riqualificata, approfondita nuovamente per essere compresa in un mondo in evoluzione. Infatti il coping orientato al sostegno sociale, in una realtà pervasa dai social network, potrebbe aver dato luogo ad un nuovo vissuto, sulla falsa riga del coping orientato al sostegno sociale, così come fu pensato originariamente dagli autori (cioè attraverso la ricerca fisica dell’altro e del suo sostegno concreto e non la ricerca di approvazione attraverso condivisione e partecipazione pubbliche in social e apps).

Tale correlazione ha evidenziato che maggiore è la strategia di coping orientata al sostegno sociale e maggiore è il livello di Fear Of Missing out del soggetto, con la necessità futura di comprendere il modo in cui possa essere stato risignificato il costrutto di “sostegno sociale” nel mondo dei social media.

I valori FoMOS correlano negativamente con la sottoscala del coping orientato all’evitamento. L’evitamento è maggiore quanto minore sia il livello F.O.M.O. e viceversa. Questo valore mette ulteriormente in luce la necessità di riqualificare i costrutti di coping rispetto ad un mondo social. I partecipanti sembrano suggerire che il vissuto di paura d’esclusione dagli eventi e divertimenti dei propri “amici”, diminuisca con l’aumentare di una strategia di coping di evitamento e viceversa ad un minore evitamento aumentano i livelli di F.O.M.O.

È da approfondire ulteriormente la possibilità che il costrutto “coping orientato al sostegno sociale” stia acquisendo una risignificazione tecno mediata.

È da sottolineare anche una mancata correlazione tra FoMOS e la strategia di coping più utilizzata “Orientamento al problema”.

Rispetto alle sottoscale UADI, le due correlazioni negative si sono rilevate tra FoMOS e Evasione compensatoria e FoMOS e Dissociazione. Entrambe diminuiscono all’aumentare della paura di restare esclusi dal vissuto interessante dei propri amici di social, e viceversa aumentano al diminuire della FoMOS. L’interpretazione che ne scaturisce, è quasi una visione protettiva dei livelli di F.O.M.O. rispetto ad utilizzi disfunzionali della rete, ma quanto e in che modo la F.O.M.O. possa attivare vissuti e comportamenti protettivi rispetto ad evasione compensatoria e dissociazione, sarà da indagare ulteriormente.

Non c’è stata alcuna correlazione tra la sottoscala FoMOS e un uso importante della Rete (sottoscala dipendenza), sebbene anche una mancata correlazione possa suggerire la necessità di riqualificare un costrutto, forse, obsoleto, come quello di “dipendenza da internet”.

8. Limiti e criticità di ricerche in un ambito in continua evoluzione

L’evoluzione tecnica del mezzo informatico è talmente rapida che spesso l’analisi di un fenomeno si completa quando il fenomeno stesso si è riadattato, trasformato in altro (Gaston, 2005).

Questa affermazione vale per gli strumenti utilizzati, quanto vale per i concetti presi in considerazione.

Un semplice esempio è stata la scala SNS (Scala Numero Social). I social network più o meno utilizzati sono soggetti a delle mode talvolta passeggere, più raramente durature.

Il mezzo tecnico considerato maggiormente è stato lo smartphone, ma anche il tablet o il pc, sono soggetti a continue e velocissime evoluzioni. Infatti all’inizio di questi studi non era ancora entrato in commercio in così larga diffusione ed utilizzo il “Phablet”, un ibrido tra smartphone e tablet, con le funzioni e la maneggevolezza di entrambi, in un unico strumento.

Dei 226 partecipanti, 177 sono risultati addicted secondo la sommatoria dei punteggi. Ma questi elevati valori, vanno attribuiti anche ai limiti dello

strumento: le modalità di valutazione dei livelli di dipendenza, sono legati soprattutto al tempo e alla frequenza dei collegamenti in rete. Tale modalità di valutazione appare sempre più obsoleta, in un mondo con delle apparecchiature sofisticate connesse 24 ore su 24, abbonamenti a prezzi sempre più ridotti, connessione a banda larga satellitare che permetta collegamenti internet anche da oceani e deserti, connessioni WI-FI pubbliche e o domestiche (molte città del mondo hanno ormai la connessione cittadina) sempre più veloci ed efficienti in 4G. Quindi è da dimostrare che il costrutto “dipendenza da internet”, misurato in questo modo, possa essere ritenuto del tutto valido per le conoscenze future. Ad esempio l’item “Durante la giornata non sento mai la mancanza di internet” che ha ricevuto una media di risposte neutre (“Né vero Né falso”), potrebbe essere interpretato sia come una non elevata dipendenza, sia anche come una disponibilità continua di connessione, per cui la mancanza non avrebbe motivo d’essere.

In una realtà di questo tipo, appare necessaria una modalità di valutazione da “eccessivo utilizzo”, che si basi maggiormente sul vissuto personale del soggetto, vissuto rispetto alle modalità di utilizzo e benessere o malessere soggettivo, piuttosto che al numero di connessioni (potrebbe trattarsi anche di una sola connessione che si protragga nell’intero arco della giornata) oppure ai tempi di connessione (gli apparecchi tecnologici si connettono ormai in modo autonomo, scaricando aggiornamenti e notizie/messaggi, e all’utente è dato solo scegliere se disattivare o meno determinate funzioni di notifica e suoni).

Inoltre è da notare che molti smartphone non permettono lo spegnimento dell’apparecchio che si riattiva autonomamente se la batteria risulti carica, e l’utente può solo scegliere di disattivarne la connessione per brevi periodi di tempo, dato che gli aggiornamenti, dei software ed applicazioni di questi nuovi apparecchi tecnologici, avvengono di continuo e necessitano la presenza di una connessione, pena un cattivo funzionamento dell’apparecchio stesso.

Le difficoltà di obsolescenza, quindi, non riguardano soltanto l’evoluzione degli apparecchi informatici, ma anche scale e questionari somministrati. Gli Items tendono a divenire velocemente obsoleti in ambito cyber, più velocemente

che in ogni altro ambito, e non basta restare aggiornati per evitare di incontrare grosse difficoltà nel progettare ricerche longitudinali. Infatti tale discorso è stato precedentemente sostenuto anche a proposito del costrutto “dipendenza da internet”, e delle problematiche legate all’obsolescenza di una misurazione di livello di dipendenza che tenga conto del numero di connessioni quotidiane e dei tempi prolungati di connessione, senza discriminazione dello strumento (Smartphone, PC, Tablet, Laptop).

Stesso discorso è valido per le mode relative a videogames, anime e manga (che solitamente si incrociano tra loro), anche se oltre alle mode, in questo caso si può contare su degli evergreen, i quali andrebbero approfonditi maggiormente, soprattutto nel lavoro con adolescenti. All’inizio di questi studi, non erano ancora stati tradotti e lanciati in Italia cartoni/anime come “Sword Art Online” e “STEINS;GATE”. Sword Art Online declina un tema classico della fantascienza cyberpunk: quello delle realtà virtuali e della loro interazione con il mondo reale.

Il limite maggiore di questo studio è stata la constatazione dell’introduzione di un numero sempre maggiore di social network utilizzato dai nuovi adolescenti (e non solo), e dell’utilizzo di social network specifici di alcuni gruppi, come “Steam” (che permette l’interazione in gruppi di gioco e in giochi specifici) per i gruppi Nerd. Con la conseguenza che ricerche specifiche richiederanno indagini in social network specifici.

Inoltre, negli ultimi anni, si assiste all’introduzione di un numero sempre maggiore di funzioni tra le apps di messaggistica come Whatsapp, di comunicazione video/chat come Skype, rendendo queste applicazioni sempre più vicine all’essere utilizzate come un social piuttosto che ad una semplice app utilizzata solo per comunicazioni via chat e video/chat.

L’interesse verso queste mode e la difficoltà, in ambito di ricerca, di poter ritagliare degli spazi come per fermare il tempo in un momento ben preciso della ricerca, mette in luce le principali difficoltà degli studi in un ambito dal quale scaturiscano sempre nuovi interessi da approfondire e da raccogliere come precursori di un mondo tecnomediato dai veloci cambiamenti.

Considerazioni finali.

Un mondo in evoluzione

Premessa

L'approfondimento delle modalità di utilizzo delle nuove tecnologie, da parte di nativi digitali ed immigrati digitali, pone in campo la necessità di approfondire nuove realtà con le quali si entra in contatto. Queste nuove modalità del vivere sociale, legate alle nuove tecnologie, che siano esse in correlazione o in rapporto causa-effetto, fanno nascere nuovi interrogativi e mettono in luce quella che può essere vista come la nuova emergenza sociale del nostro secolo. Ma bisogna fare attenzione a non porre l'accento su una problematica errata. Allo psicologo clinico del cyberspazio è richiesto, ancor più che in altri settori, di evitare il rischio di patologizzare l'utilizzo delle nuove tecnologie, avendo una conoscenza rispetto agli stili di vita legati all'utilizzo delle nuove tecnologie, con una capacità di comprendere le modalità di comunicazione ed il linguaggio di queste nuove generazioni digitalizzate. Questo permette ai professionisti del settore di vedere anche quella che si presenta come emergenza sociale in atto, da non confondere con uno stile di vita. Ed è proprio studiando le modalità di utilizzo (più o meno patologico o adattivo) delle nuove tecnologie digitalizzate, che i ricercatori si sono incontrati in un ambito comune notando la co-presenza di alcuni stili di vita ed alcuni tipi di problematiche adolescenziali con l'iper utilizzo di apparecchi tecnologici digitalizzati (dai pc, agli smartphone, ai tablet, alle console, tutti strumenti in grado di permettere una connessione al cyberspazio).

1. Nerd, Gamer, NEET, Hikikomori: quando non è netto il confine tra stile di vita ed emergenza sociale

Nerd è un termine della lingua inglese (dall'origine controversa) con il quale viene definito chi ha una certa predisposizione per la tecnologia ed è al contempo tendenzialmente solitario e con una più o meno ridotta propensione alla socializzazione. A seconda di questa maggiore o minore propensione alla socializzazione ed alla maggiore o minore dimestichezza con hardware e software

dei nuovi apparecchi tecnologici, si distinguono dai nerd anche i “geek” e i “keeg”.

Il termine nerd indica più specificamente un manico della tecnologia un po' anni '80: poco inserito socialmente, amante della programmazione e affascinato dai gadget tecnologici. È nato come dispregiativo, ma in seguito è stato reclamato in alcuni ambiti per definire una sorta di orgoglio e di identità di gruppo.

A partire dagli anni novanta del XX secolo il concetto di nerd iniziò ad avere delle connotazioni positive nell'ambito della società della rete e dei tecnici dei computer, per descrivere orgogliosamente una persona tecnicamente preparata. Per estensione si iniziò a parlare di nerd anche in relazione a chi aveva avuto un successo finanziario in quei campi.

Bill Gates stesso è stato spesso definito un nerd; ma anche Linus Torvalds, famoso per aver dato origine al kernel Linux, nella sua autobiografia scrisse di essere stato un nerd. Il popolare sito di notizie relative all'informatica Slashdot si definisce "News for nerds. Stuff that matters." (Notizie per nerd. Roba importante). Il professore del MIT Gerald Sussman aspirava a instillare orgoglio nei nerd.

Un episodio della serie a cartoni animati Freakazoid intitolato Nerdator ha un intreccio narrativo che coinvolge l'uso da parte dei nerd del potere della mente di un nemico con le sembianze di un Predator, che tiene un memorabile monologo sull'importanza dei nerd:

« [...] quello che a loro manca in forza fisica lo compensano con il potere della mente. Chi ha scritto i libri più venduti? I nerd. Chi ha diretto i film hollywoodiani di maggior incasso? I nerd. Chi ha creato alta tecnologia avanzata che possono capire solo i creatori stessi? ...I nerd. E chi sono le persone che concorrono per la Presidenza degli Stati Uniti? Nessun altro che i nerd. »

Anche la sit-com “The Big Bang Theory”, ripetutamente vincitrice di oscar, racconta del modo di vivere tipico dei nerd, e dei risvolti comici ad esso legato. La serie televisiva Chuck ha come protagonista un nerd, e molti altri

personaggi della serie si definiscono "nerd" o "geek" e comunque mostrano tutte le peculiarità di solito associate a queste etichette.

Anche Malcolm il protagonista della serie *Malcolm in the middle* può essere definito un nerd, dal momento che possiede un ottimo quoziente intellettivo e viene spesso preso in giro dai coetanei.

Si moltiplicano, inoltre, negli ultimi anni, cartoni animati (manga/anime) di origine giapponese che narrano di adolescenti auto reclusi (o Hikikomori) come “Welcome to the NHK”, ma anche anime che narrano di adolescenti intrappolati nel cyberspazio come “Sword Art Online” e viaggi nel passato come “Steins;Gate”.

Welcome to the NHK è una storia nata come romanzo scritto da Tatsuhiko Takimoto e trasposta successivamente in manga e anime. Al centro della storia vi sono un giovane Hikikomori e NEET ed il rapporto di questo con diversi personaggi, anch'essi disincantati sul loro stato e sul loro futuro.

Il romanzo è in parte autobiografico, dato che lo stesso Takimoto ha vissuto un periodo da hikikomori.

Sword Art Online tocca un tema altrettanto classico della fantascienza cyberpunk: quello delle realtà virtuali e della loro interazione con il mondo reale. Nell'anno 2022, il protagonista Kazuto “Kirito” Kirigaya partecipa al lancio di un gioco on-line sperimentale, denominato appunto “Sword Art”. Il casco che proietta i giocatori nell'ambiente virtuale non offre però alcuna possibilità di disconnettersi dal gioco: unica via d'uscita è la vittoria, mentre il game over equivale alla morte fisica del giocatore.

Infine *Steins;Gate* (anime, manga e precedentemente videogioco) narra di come, in un gruppo di ricercatori fisici Nerd, , l'eccentrico scienziato Rintarō Okabe inventi una sorta di macchina del tempo modificando un forno a microonde che diviene capace di inviare messaggi nel passato. Una potente organizzazione internazionale, il SERN (che appare voler richiamare il CERN), svolge da tempo esperimenti nello stesso campo e si mette segretamente sulle tracce di Rintarō e del suo gruppo di ricerca.

Ci siamo chiesti, a questo punto, che differenza ci fosse tra un Nerd ed un Gamer. Oggi, un nerd è principalmente colui che passa il suo tempo utilizzando il Pc o altri apparecchi elettronici, per svariate motivazioni, da quelle video ludiche e di intrattenimento, allo studio, al lavoro, alla ricerca (libera o per progetti). Un Gamer è invece un videogiatore “professionista”, bravo o esperto nella maggior parte dei videogiochi, prediligendo alcuni generi per preferenze personali, ma tendenzialmente capace di dare informazioni e/o giocare alla maggior parte dei videogiochi (soprattutto quelli in voga e in recente uscita sul mercato). Il Gamer non è necessariamente anche Nerd.

Si distingue dal Gamer l’Hardcore Gamer, che disolito è considerato il Gamer professionista: è esperto in tutti i generi di videogiochi, ma predilige i giochi “duri”, appunto gli hardcore games, li gioca alle massime difficoltà e raggiunge livelli di performance vicini al picco massimo possibile, raggiunto solo da pochi; completa giochi mai completati, o completati solo da pochissimi eletti, e successivamente può essere il primo a pubblicare in rete le recensioni dei giochi che ha completato e/o le soluzioni per completarli.

Il Gamer si “streamma”, steammare se stessi durante un gioco, vuol dire giocare a livelli complessi da un computer, avviare e usare i giochi da remoto diventando broadcaster di se stessi, rivolgendosi ad una platea interessata ad uno specifico gioco, alle sue potenzialità ai massimi livelli, alla sua giocabilità, alle critiche connesse alla sua progettazione. Spesso le maggiori case di produzione di videogiochi selezionano, da YouTube o altri canali, i video streaming dei Gamer più talentuosi e chiedono loro (talvolta dietro compenso) di streammarsi mentre giocano per la prima volta ad un gioco appena completato dalla casa produttrice, ma non ancora messo in vendita sul mercato (a scopo pubblicitario).

Fuori dal confine italiano, il Gamer è invitato a partecipare a sfide nazionali ed internazionali di videogiochi, sostenute e finanziate da sponsor, per cui video giocare diviene anche una fonte di reddito, grazie alle competizioni e ai premi in denaro ottenuti dalle vittorie. Questa nuova forma di sostentamento è poco diffusa in Italia o talvolta si fa strada con remunerazioni molto esigue.

Da una mancata o ridotta socializzazione, il passaggio dallo stile di vita Nerd ed un certo “ritiro” nel cyberspazio è breve ma anche molto sottile. In Giappone è in atto una vera e propria emergenza sociale: gli Hikikomori (引きこもり) letteralmente "stare in disparte, isolarsi" (dalle parole hiku "tirare" e komoru "ritirarsi") è un termine giapponese usato per riferirsi a coloro che hanno scelto di ritirarsi dalla vita sociale, spesso cercando livelli estremi di isolamento e confinamento. Tali scelte sono causate da fattori personali e sociali di varia natura. Tra questi la particolarità del contesto familiare in Giappone, caratterizzato dalla mancanza di una figura paterna e da un'eccessiva protettività materna, e la grande pressione della società giapponese verso autorealizzazione e successo personale, cui l'individuo viene sottoposto fin dall'adolescenza. Il termine hikikomori si riferisce sia al fenomeno sociale in generale, sia a coloro che appartengono a questo gruppo sociale. Il fenomeno, già presente in Giappone dalla seconda metà degli anni ottanta, ha cominciato a diffondersi negli anni duemila anche negli Stati Uniti e in Europa.

Il fenomeno dello Hikikomori può essere considerato come una volontaria esclusione sociale, una ribellione della gioventù giapponese alla cultura tradizionale e all'intero apparato sociale da parte di adolescenti che vivono reclusi nella loro casa o nella loro stanza senza alcun contatto con l'esterno, né con i familiari, né con gli amici.

Il governo del Giappone utilizza il termine Hikikomori per coloro che si rifiutano di lasciare le proprie abitazioni e lì si isolano per un periodo superiore ai sei mesi. Il termine fu coniato dallo psichiatra Tamaki Saitō, quando cominciò a rendersi conto della similarità sintomatologica di un numero sempre crescente di adolescenti che mostravano letargia, incomunicabilità e isolamento totale.

Lo stile di vita degli Hikikomori è caratterizzato da un ritmo circadiano sonno-veglia completamente invertito, con le ore notturne spesso dedicate a componenti tipiche della cultura popolare giapponese, come la passione per il mondo manga e, soprattutto, la sostituzione dei rapporti sociali diretti con quelli mediati via Internet. Quest'ultimo aspetto si configura spesso come una contraddizione in termini: la persona rifiuta i rapporti personali fisici, mentre con

la mediazione della rete può addirittura passare la maggior parte del suo tempo intrattenendo relazioni sociali di vario tipo (dalle chat fino ai videogiochi online).

La figura dello hikikomori è spesso utilizzata negli anime e nei manga (doppiati anche in italiano) e per certi versi può essere vista come uno stereotipo dei cartoni animati giapponesi. L'opera più nota dello scrittore Tatsuhiro Takimoto, definitosi lui stesso uno hikikomori, è il romanzo semi-autobiografico *Welcome to the NHK*, trasposto successivamente in manga e in anime. La sigla NHK non indica l'emittente televisiva giapponese, bensì Nihon Hikikomori Kyōkai (associazione giapponese hikikomori), e tutta l'opera è incentrata sul problema che affligge il protagonista Tatsuhiro Satō, costretto a lottare contro il suo destino da hikikomori.

Nel 2013, secondo la Società Italiana di Psichiatria, circa 3 milioni di italiani tra i 15 e i 40 anni soffrivano di questa patologia. Tuttavia il disturbo è spesso associato e confuso con la cultura nerd e geek, o più frequentemente con una semplice dipendenza da Internet (le cui stime parlano di 240 000 adolescenti italiani che trascorrono più di tre ore al giorno tra Internet e videogiochi), limitando il fenomeno a una conseguenza del progresso della società e non a una chiara scelta volontaria del soggetto.

Avendo dedicato gran parte del tempo all'utilizzo di apparecchi tecnologici ed essendo più o meno radicalmente poco impegnato in relazioni sociali, un nerd può, spesso, essere un NEET e un hikikomori lo è inevitabilmente. NEET è l'acronimo inglese di "Not (engaged) in Education, Employment or Training", in italiano anche né-né, ed indica persone non impegnate né nel lavoro e né nella formazione.

I dati relativi ai né-né sono utilizzati in economia e in sociologia del lavoro per indicare individui che non sono impegnati nel ricevere un'istruzione o una formazione, non hanno un impiego né lo cercano, e non sono impegnati in altre attività assimilabili, quali ad esempio tirocini o lavori domestici.

È stato usato per la prima volta nel luglio 1999 in un report della Social Exclusion Unit del governo del Regno Unito, come termine di classificazione per una particolare fascia di popolazione, di età compresa tra i 16 e i 24 anni. In

seguito, l'utilizzo del termine si è diffuso in altri contesti nazionali, a volte con lievi modifiche della fascia di riferimento: in Italia, ad esempio, l'utilizzo di *né-né* come indicatore statistico si riferisce, in particolare, a una fascia anagrafica più ampia, la cui età è compresa tra i 15 e i 29 anni, anche se in alcuni usi viene usato per i giovani fino a 35 anni, se ancora coabitanti con i genitori

L'attenzione al fenomeno ha avuto origine nel Regno Unito, e si sta diffondendo rapidamente in altri paesi del mondo, come Giappone, Cina, Corea del Sud e Italia.

Secondo l'Istat, in Italia, nel 2009, i *né-né* nella fascia di età tra i 15 e i 29 anni erano circa 2 milioni (il 21,2 per cento)

Nel 2013, secondo l'Istat nel rapporto *Noi Italia*, "sono due milioni e mezzo i giovani tra 15 e 29 anni che non studiano e non lavorano. Si tratta del 26% degli *under 30*, più di 1 su 4.

Si viene a creare una sorta di affinità tra le caratteristiche dell'*otaku* (appassionato di fumetti e cartoni animati giapponesi), la figura del *nerd*, l'*Hikikomori* e il *NEET*, in un continuum che va da un interesse/stile di vita ad una visione del mondo disadattiva.

2. Lavorare con i nuovi adolescenti

Che si tratti di progetti scolastici, di sensibilizzazione, intervento, oppure di psicoterapia con adolescenti, ci sono dei criteri indispensabili da seguire per poter entrare in comunicazione con i nuovi adolescenti digitalizzati: conoscerli; parlare la loro lingua-, comprendere profondamente il significato di queste due affermazioni;

Ovviamente, nel caso del percorso psicoterapeutico con adolescenti, è ancor più indispensabile creare un'alleanza terapeutica. Spesso, infatti, con gli adolescenti, c'è bisogno, prima ancora di poter immaginare un'alleanza terapeutica, far nascere una domanda, dal momento che, essendo stati spinti dai genitori alla possibilità di un percorso psicoterapeutico, non sempre considerano quest'ultimo come una possibilità, o almeno non immediatamente.

In questa fase, come anche nel percorso di psicoterapia, la possibilità di comunicare con un'adolescente digitalizzato passa attraverso la possibilità di poter comprendere il suo "linguaggio" ed anche e soprattutto poter parlare il suo linguaggio.

È importante che lo psicoterapeuta/psicologo sia uno studioso del cyberspazio, ne conosca le potenzialità, le novità, le mode. Conosca e comprenda le mode tra adolescenti, mode legate a dei determinati social network piuttosto che ad altri, conosca i canali di comunicazione che spesso gli adolescenti precludono agli adulti. Lo psicologo come studioso del cyberspazio approfondisce le tendenze di ogni stile di vita scelto tra gruppi di adolescenti: i social network più in voga tra i nerd come ad esempio Steam, i giochi di ruolo più giocati, le preferenze di un gruppo oppure di un genere sessuale rispetto all'altro, le realtà virtuali più scelte, più vendute. Le preferenze di un momento o di un'epoca

Lo psicologo studioso del cyberspazio, che sia quindi anche un cyberpsicologo, potrà comprendere il mondo digitalizzato adolescenziale e riuscire anche a "parlare il loro linguaggio", creando un'intesa ante tempo, che sia cioè anche la nascita di una domanda terapeutica, la nascita di una possibilità. Un'intesa profonda che potrà basarsi su una modalità che eviti censure ed autocensure continue perché basata sulla reale possibilità di comunicare il proprio vissuto legato, inevitabilmente e oramai inestricabilmente al cyberspazio. Cosa vuol dire parlare "il loro linguaggio"? Si tratta realmente di un linguaggio nuovo e che potrebbe risultare ostico nella comprensione se il gap di conoscenze tecnologiche è tale da creare un divario nella possibilità di comprendere le ragioni e gli interessi di un adolescente digitalizzato.

2.1.Esempio di Dialoghi Nerd

Un esempio di discorso che può risultare incomprensibile ci aiuterà a capire quali possono essere le esigenze di approfondimenti di un cyberpsicologo che voglia lavorare con adolescenti, e che potrebbe incontrare un nerd o una problematica di autoreclusione e di NEET.

Il discorso che segue è tratto da una pagina web scritta da nerd e ci avverte:

“Questo articolo è stato scritto da nerd!

Quindi tranquillo, non sei l'unico che non ha capito un'acca di quello che c'è scritto, mettiti il cuore in pace, hai ancora una vita sociale e non puoi capire il nerdiano”.

Cose da NON dire assolutamente ad un nerd:

- "Sei un nerd!"
- "Sei un noob!!!!"
- "World of Warcraft è poco interessante"
- "Va bene masturbarsi ma quando si ha la possibilità di stare con una ragazza... è meglio di stare al pc"
- "Windows è sicuramente migliore di Linux"
- "Firefox è inutile con tutte quelle schede si fa confusione e basta"
- "Io come antivirus ho Norton e non mi passa nemmeno un virus"
- "Internet explorer 6.0 è quello che funziona meglio"
- "Meglio le foto analogiche di una volta!"
- "le chat uccidono la comunicazione"
- "Call of Duty è il migliore FPS (free to play o multiplayer) di tutti i tempi"
- "Ho buttato via il mio Nintendo 8bit perché era una carcassa obsoleta e non era più divertente."
- "Dragon Ball è un brutto cartone"
- "Magic? È quella roba di carte copiata da *Yu-Gi-Oh*?"
- "Star Trek non è brutto... "
- "FIFA è bello"
- "iOS è meglio di Android"
- "È meglio il Monopoli che Dungeons and Dragons"
- "Avere 3000 di ping non è una cosa così grave"
- "Usciamo stasera?"
- "Perché non cambi taglio di capelli?"
- "Lo vuoi un mese di palestra gratuita?"
- "Cos'è un Visual Basic??"

- "Ma dai esci di casa, ubriacati un po', fa palestra!"
- "WoW non è realtà!"
- "Basta siti porno esci e goditi la vita e mi raccomando mangia di meno!"
- "Il GPGPU è una corsa motociclistica?"

Questo brano può essere letto come un test da autosomministrarsi per poter avere una stima, riferita a sé stessi, di quanti siano i punti che il lettore è in grado di comprendere, e questo ci darà una sorta di livello più o meno alto di quanto siamo in grado di trovarci al cospetto di un ragazzo nerd, comprendere alcune cose che dice, sostenere un dialogo e, successivamente, entrare in relazione terapeutica e stabilire una profonda comunicazione.

3. Nomophobia: dipendenza o fobia sociale?

La nomophobia è un concetto recente ed è la conseguenza dell'interazione umana con le nuove tecnologie. Essa si riferisce al malessere o ansia causata dalla non disponibilità di un dispositivo che permetta connessione ad internet (King et al., 2013).

Per fobia sociale si intende un disturbo d'ansia di evoluzione cronica (DSM IV, 2000).

La nomophobia, può apparire come indicatore di un possibile disturbo d'ansia com'è stato dimostrato nello studio di King (2013). Infatti, il comportamento nomofobico produce cambiamenti nelle abitudini quotidiane e può rivelare altri aspetti problematici sui quali dover indagare.

Nello studio di King (2013) è riportato il caso di un soggetto con fobia sociale che sviluppa una dipendenza dalla comunicazione attraverso ambienti virtuali (come la nomophobia) e utilizza il PC come modo per relazionarsi al mondo esterno per ridurre lo stress e per evitare relazioni sociali dirette.

Gli autori (King et al., 2013) osservano che i pazienti con disturbi d'ansia lamentano nervosismo, ansia, angoscia, sudorazione e tremore che sono, tra le altre cose, associati al bisogno di dispositivi come MP e PC. In alcuni momenti questi dispositivi, infatti, li aiutano a sentirsi più sicuri riducendo, di conseguenza,

il proprio nervosismo. Questi pazienti riportavano di non riuscire ad uscire di casa senza i propri MP e, nel caso in cui li avessero dimenticati a casa, sarebbero ritornati per prenderli. Inoltre, avevano questi dispositivi accesi 24 ore su 24.

Questi pazienti utilizzano i loro PC per lo più per interagire socialmente con altri soggetti e li considerano dei mezzi per evitare le interazioni sociali di persona che provocherebbero troppa ansia. Quindi, si sentono più sicuri se stabiliscono contatti a distanza considerandoli, tra l'altro, meno impegnativi.

“I sintomi nomofobici possono emergere in individui con disturbi d'ansia come causa primaria e servire solo come segnale per il medico o lo psicologo che debba indagarne la causa primaria.

In accordo con il DSM IV (2000), il disturbo della fobia sociale (SPD) è descritto come disturbo d'ansia di evoluzione cronica. E' caratterizzato da ansia intensa nelle situazioni sociali che implicano contatto interpersonale, prestazione personale o entrambe, che possono causare ansia estrema o interferire nella vita quotidiana del soggetto; presenza di una paura acuta e persistente di una o più situazioni in cui un soggetto si espone a estranei o a possibili situazioni di valutazione da parte di altri. Le situazioni sociali sono evitate o sperimentate con disagio. L'esposizione (King, Valença e Nardi, 2008) a situazioni sociali che fanno paura quasi sempre provoca ansia che, in alcuni casi, può sfociare in attacchi di panico. In questo studio è stato verificato che i sintomi di pazienti con SPD intensificano il comportamento nomofobico e portano i soggetti a dipendere dall'utilizzo di ambienti virtuali per evitare il contatto sociale.

Nel caso di pazienti con SPD, infatti, il ruolo della dipendenza dalla comunicazione internet è più associata all'utilizzo del dispositivo per evitare relazioni personali dirette piuttosto che a una dipendenza patologica dal dispositivo. Mentre il PC può servire come scudo protettivo, può anche creare le condizioni per relazionarsi in generale.

I pazienti con SPD possono finire per fare un abuso della comunicazione internet a causa delle caratteristiche stesse del disturbo come la difficoltà a esporsi a relazioni dal vivo o a contatti sociali, diversamente da quanto avviene in soggetti che sviluppano una dipendenza “naturale” dal computer per ragioni legate al

piacere o al lavoro. Nell'individuo senza disturbo d'ansia, anche se usa il PC per diverse ore al giorno o per lungo tempo, non viene compromesso necessariamente ogni aspetto della propria vita.

3.1.Caso clinico di J. C.

Nello studio di King (2013) è riportato il caso clinico di J. C..

J. C. ha 30 anni, non è sposato, è un avvocato e vive con i suoi genitori e due fratelli.

Parlando con il ricercatore descrive la sua timidezza che lo accompagna sin dall'infanzia e che sperimenta eccessiva sudorazione nelle mani e nei piedi quando "sente l'ansia". Riceve iniezioni di tossina botulinica nelle mani per ridurre la sudorazione. Nel 2006 si sottopone anche a un intervento chirurgico nel tentativo di risolvere il problema.

Deliberatamente evita di approfondire qualsiasi amicizia per non dover rivelare le sue difficoltà che si estendono a situazioni come mangiare, scrivere o parlare in pubblico.

Comincia a trascorrere molto tempo utilizzando il PC.

Online la sua autostima aumenta e si sente più protetto rispetto alle situazioni e agli incontri della vita reale. Comincia a cercare relazioni e amicizie su internet. La sua necessità di essere connesso si intensifica per la "possibilità di evitare" contatti personali che comportino angoscia e ansia e potrebbero essere estremamente stressanti.

Non frequenta normalmente luoghi pubblici preferendo stare nel mondo virtuale. Sente che le persone lo osservano quando è in pubblico, che lo criticano.

Descrive la sensazione di malessere quando è lontano dai suoi MP o quando non è connesso a internet. Sembra che questi dispositivi siano parte della sua vita.

Per raccogliere i dati dal paziente in questo studio (King, 2013) sono stati somministrati diversi strumenti di valutazione: M.I.N.I. (asse I DSM - IV, 1994), la scala Hamilton per la depressione (1980), la scala Liebowitz (1987) per il disturbo della fobia sociale (SPD), la scala per l'ansia di Zung (1971), la scala per

il panico e l'agorafobia (Bandelow, 1995), la scala per i diversi disturbi di panico, il questionario WHOQOL - brief (1998) per valutare la qualità della vita e l'IAT (Young, 1998) che valuta i vari livelli di dipendenza da internet.

La diagnosi di SPD e di dipendenza patologica da internet è stata condotta attraverso l'analisi degli strumenti di valutazione.

L'autore ha mostrato, col tempo, possibili cambiamenti avvenuti nello stile di vita del paziente, attraverso trattamenti terapeutici e farmacologici. Questi cambiamenti mostrano che la condizione del paziente non era dovuta a una dipendenza comportamentale dalla comunicazione online, ma piuttosto rappresentava un modo per fuggire nel cyberspazio, originato dalle estreme difficoltà di affrontare la realtà sociale.

Il paziente utilizzava il cyberspazio per difendere sé stesso da contatti personali.

Il comportamento nomofobico del paziente e la dipendenza dalla comunicazione attraverso un ambiente virtuale aiutava il paziente a ridurre l'angoscia quando entrava in contatto con gli altri (King et al., 2010).

Internet, quindi, ha il potenziale di essere uno strumento alternativo che può subentrare e/o sopperire nei casi di fobia sociale.

4. La “dipendenza da internet”: Un falso problema

Nello studio dei nuovi stili di vita legati all'utilizzo delle tecnologie digitalizzate, e delle emergenze sociali in atto, si scopre questa correlazione tra un elevato numero di ore dedicate a videogiochi e/o chat e simili, ed una ridotta propensione alla socializzazione. Ma, come hanno mostrato gli errori di un recente passato, appare come un “falso problema” chiedersi se si tratti o meno di un utilizzo come “dipendenza da internet”. Infatti, in passato, l'attribuzione delle emergenze sociali ad una dipendenza tecnologica è stata fonte di errori di valutazione grossolani e pericolosi che, non solo hanno precluso la possibilità di un sostegno concreto dove necessario, ma non hanno permesso di vedere n'emergenza sociale già in atto. Piuttosto, la parola “dipendenza” avrebbe dovuto essere fonte di ulteriori domande e non già di risposte:

“dipendere da cosa? Dalla connessione? Dalle app per smatphone? Dai social network? E quali social? (facebook, twitter, Instagram o canali più “esclusivi” come steam?). Se si tratta di steam, é dipendenza da videogiochi? Anche in questo caso: Quali videogiochi? Di che genere? Giochi solitari, di gruppo, on line; genere horror, sparatutto, simulatori di guerre...ecc.”

Queste domande nascono dalla osservazione di una nuova realtà, e non può essere casuale, ad esempio, che negli ultimi anni si siano moltiplicati nuovi giochi con scenari apocalittici post-distruzione. Scenari nei quali la violenza é l'unico modo per sopravvivere in un mondo divenuto "nulla", in una realtà dove ci si ammazza per reperire cibo e/o benzina (ad esempio in Mad Max divenuto sia saga di film che videogioco).

Ma bisogna chiedersi anche come mai é lo scenario apocalittico post distruzione ad attecchire sull'interesse dei giovani nerd e/o NEET. Come mai, a destare interesse tra un grandissimo numero di adolescenti, é lo scenario sociale nel quale viene annullata ogni gerarchia, ogni potere d'acquisto, ogni genere di professione e di impiego?

Si diffondono sempre più giochi on line di gruppo, con la possibilità di ascoltarsi ed essere in comunicazione, anche se quasi esclusivamente in relazione alle strategie di gioco. Giochi al confine tra realtà e immaginazione, tra realtà inaccettabile e gioco nel quale potersi sentire, finalmente, attivi ed efficienti.

Nella nostra mente si fanno strada, talvolta, delle risposte. Ma prima ancora di alcune “pericolose” risposte date in maniera avventata, un cyberpsicologo clinico, avverte la presenza di un gran numero di nuove domande.

5. L'adolescente autorecluso o “Hikikomori all’italiana”: le nuove frontiere di un'emergenza sociale in atto

In Italia alcuni ragazzi stanno sparando: abbandonano la scuola, si nascondono nella loro stanza, rifiutano di uscire e di incontrare gli amici, dormono di giorno e si svegliano la notte per connettersi ad Internet. Passano la loro vita al computer immersi in giochi virtuali e rifiutano ogni tipo di relazione sociale face-to-face. Gli adolescenti che vivono da eremiti nelle loro stanze tra

chat e videogiochi, cominciano ad apparire anche in Italia. Ma nel nostro paese il ritiro totale è raro, come ci spiegano le indagini realizzate da Minotauro, un gruppo di psicoterapeuti nato 25 anni fa, che si occupa di problemi tipici dell'adolescenza

In Giappone, dove ce ne sono quasi un milione, li hanno chiamati *hikikomori*, ma anche in Italia la questione del ritiro sta diventando un problema sociale.

Appare quindi un “falso problema” preoccuparsi o occuparsi di una presunta dipendenza da internet. Sarebbe come chiedersi se la dipendenza da internet si sia la causa o la conseguenza del ritiro sociale. Che un elevato numero di ore di utilizzo del computer (per i motivi e nelle modalità più disparate) sia in diretta correlazione positiva con l'autoreclusione, è un dato tanto certo quanto è certo che studiosi della “dipendenza da internet” e studiosi degli “hikikomori” si siano, ad un certo punto e in questa epoca, incontrati a metà strada e ritrovati a studiare una problematica comune, o meglio, due problematiche quasi sempre correlate. Ma questo non autorizza ad attribuire o ricercare relazioni causa-effetto che non sarebbero di nessuna utilità alla questione dell'emergenza sociale in atto. Piuttosto lo studio e l'approfondimento di ognuno degli elementi correlati in questa emergenza sociale, permetteranno, in futuro, di evitare errori grossolani e pericolosi che non farebbero altro che acuire una problematica già in atto.

Conclusioni

Nuovi interrogativi e proposte d'intervento

I risultati emersi hanno permesso di descrivere gli stili di vita online e offline degli adolescenti, aprendo nuovi interrogativi di ricerca e fornendo importanti indicazioni per le politiche di prevenzione ed intervento.

Il punto di forza della presente ricerca è l'aver fornito una fotografia degli stili di vita della nuova generazione digitalizzata che mette in luce come sia complesso l'intreccio tra vita online e offline, integrando riflessioni psicologiche e sociologiche. La strada futura sarà approfondire come le diverse competenze indagate si integrino tra loro, come ad esempio l'utilizzo dei media possa incrementare le dinamiche di cyberbullismo, come il coinvolgimento in episodi di cyberbullismo possa modificare il benessere psicosociale percepito o come al contrario il benessere/disagio percepito possa associarsi ai comportamenti a rischio, come l'autoreclusione.

Dai numerosi dati raccolti e descritti scaturiscono alcune importanti indicazioni che suggeriscono la necessità di progettare interventi di sensibilizzazione e di promozione della salute rivolti ad adolescenti nel delicato passaggio dalla scuola secondaria di primo grado alla scuola secondaria di secondo grado, ma anche e soprattutto nel delicatissimo momento di scelta del percorso universitario e/o lavorativo. In questo particolare passaggio i comportamenti a rischio per la salute aumentano, e le delusioni dovute alle difficoltà di inserimento sociale, possono alimentare scelte di auto recludersi, accanto ad un maggiore utilizzo della rete in solitudine, di comportamenti di cyberbullismo, con una diminuzione della comunicazione con i genitori e del benessere psicosociale.

È quindi necessario aiutare i ragazzi nelle sfide evolutive che stanno affrontando attraverso percorsi di intervento che tengano in considerazione la complessa interazione tra stili di vita online ed offline.

I dati presentati indicano quindi la necessità di supportare maggiormente gli adolescenti in questo passaggio, con l'obiettivo di promuovere i comportamenti "sani" che hanno implicazioni con l'adattamento psicologico e con il benessere anche in età successive.

Per queste ragioni l'adolescenza rappresenta un periodo nel quale la prevenzione può avere effetti estremamente significativi nel modificare le traiettorie di sviluppo potenzialmente disadattive.

Solo tenendo in considerazione la complessa interazione tra fattori di rischio e di protezione si possono proporre interventi che siano mirati ed efficaci e che permettano di rispondere ai reali bisogni degli adolescenti.

In conclusione, è necessario sottolineare come gli interventi che possono essere proposti agli adolescenti debbano necessariamente essere associati e integrati con interventi di sensibilizzazione e formazione per insegnanti e genitori che si sentono meno competenti nell'uso delle tecnologie e che conoscono in misura minore le potenzialità e i possibili rischi del web.

È infatti necessario cercare di colmare il digital divide tra una generazione di nativi digitali e una generazione di immigrati digitali costruendo un ponte che rappresenti un punto di incontro, di comunicazione e di scambio e che permetta a tutti di vivere una reale integrazione tra esperienze online e offline.

Nello studio delle forme di "iper-utilizzo" delle nuove tecnologie, ci si imbatte, così, in modalità di vivere l'adolescenza completamente nuove rispetto al passato di vent'anni fa. Ci si imbatte in trasformazioni di concetti quali "essere nerd" oppure "essere agorafobici" che prendono forma nella realtà sociale nella quale nascono e si trasformano fino a farci confondere maggiormente il confine (mai stato netto), tra stile di vita ed emergenza sociale. Un confine che diviene sempre più labile man mano che si riesce ad entrare in comunicazione ed in relazione col vissuto e le esigenze delle nuove generazioni iper-tecnologiche ma, forse "iper-incerte" rispetto al proprio futuro, labile, fumoso, mai stato tanto caotico nella storia dell'umanità, quanto lo è per i giovani di questa epoca.

E' molto difficile determinare quando si possa parlare di un utilizzo problematico associato alle ICT e quando questo possa diventare una vera e propria dipendenza.

L'atteggiamento cauto di molti ricercatori (Estevez et al., 2009; Garcia et al., 2008; Munoz - Rivas, 2003; Vinas et al., 2002) suggerisce che non si è ancora in posizione di confermare l'esistenza di un disturbo di dipendenza psicopatologico serio e persistente associato alle ICT solo basandosi sui dati a disposizione.

Questo atteggiamento è supportato da diversi fattori problematici:

- assenza di richiesta clinica rispetto alla percentuale di utenti problematici;
- questionari utilizzati dai diversi studi esistenti finora in letteratura potrebbero essere adatti a valutare preoccupazioni, piuttosto che dipendenze vere e proprie;
- normalizzazione del comportamento e/o assenza di preoccupazione con il passare del tempo;
- adattamento sociale;
- difficoltà di distinzione tra “perdita di tempo” per periodi di tempo più o meno prolungati e “dipendenza” reale.

I mezzi di comunicazione insistono sul potere di dipendenza ed informano sui centri per il suo trattamento; su google si possono trovare più di 9000 siti con le espressioni: “dipendente” da internet o da dispositivi mobili. Quest'allarme sociale creato, produce nei soggetti e nella società un'elevata percezione di dipendenza anche se non potrebbe classificarsi come tale. I casi davvero preoccupanti sono scarsi, ma allo stesso tempo fanno pensare alla possibilità di soffrire di seri problemi di uso disadattivo.

In sintesi, anche se bisogna essere cauti nel “patologizzare” l'eccessivo utilizzo di dispositivi tecnologici digitalizzati, è chiaro che esso non “provochi” stati di malessere psicologico, nè sia in rapporto causa-effetto con essi, ma è utile considerarlo come un chiaro sintomo di una vasta gamma di altri generi di malessere più o meno gravi correlati a questa immersione nel cyberspazio. In seguito sarà indispensabile approfondire, in percorsi di ricerca e/o di intervento psicoterapeutico, questi stati di malessere specifici, per evitare che il cyberspazio

divenga tutto il mondo possibile, vivibile, accettabile ed accessibile nella vita di un essere umano.

Appendice.1

Fear of Missing out Quiz

How much do you suffer from FoMO? Take the test!

FoMO – the “fear of missing out” – is a relatively new concept where people are concerned that others may be having more fun and rewarding experiences than them. It is characterised as the desire to stay continually connected with what others are doing.

Please complete the questions below and the quiz will calculate your personal level of FoMO.

How old are you?

13-24/ 25-34/ 35-54

What is your gender?

Female/Male

Please reflect on how you used social media (e.g. Facebook or Twitter) in last week and respond to the following items.

Items

1. How often did you use social media in the 15 minutes before you go to sleep?
2. How often did you use social media in the 15 minutes after you wake up?
3. How often did you use social media when eating breakfast?
4. How often did you use social media when eating lunch?
5. How often did you use social media when eating supper?

Response Anchors

Not one day / One day / Two days / Three days / Four days / Five days/ Six days /
Every day

Below is a collection of statements about your everyday experience. Using the scale provided please indicate how true each statement is of your general experiences. Please answer according to what really reflects your experiences rather than what you think your experiences should be. Please treat each item separately from every other item.

Items

1. I fear others have more rewarding experiences than me.
2. I fear my friends have more rewarding experiences than me.
3. I get worried when I find out my friends are having fun without me.
4. I get anxious when I don't know what my friends are up to.
5. It is important that I understand my friends "in jokes."
6. Sometimes, I wonder if I spend too much time keeping up with what is going on.
7. It bothers me when I miss an opportunity to meet up with friends.
8. When I have a good time it is important for me to share the details online (e.g. updating status).
9. When I miss out on a planned get-together it bothers me.
10. When I go on vacation, I continue to keep tabs on what my friends are doing.

Response Anchors

Not at all true of me / Slightly true of me / Moderately true of me / Very true of me / Extremely true of me

Which of the following social networking sites do you use? (check all that apply)
Myspace, LinkedIn, Facebook, Instagram, Google+, Tumblr, Pintrest, VK, Weibo, Twitter

Appendice.2

F.O.M.O.:Fear of missing out Test (Traduzione)

F.O.M.O. - la "paura di essere tagliati fuori" - è un concetto relativamente nuovo secondo cui le persone si preoccupano che gli altri facciano esperienze più divertenti e gratificanti delle loro. Si caratterizza per il desiderio di rimanere costantemente connessi con ciò che gli altri fanno.

Quanto ti riguarda? Completa le domande di seguito.

1. Età

13-24/ 25-34/ 35-54

2. Genere

Maschio/ Femmina

3. Rifletti su come hai usato i social media (ad esempio Facebook o Twitter) durante l'ultima settimana e rispondi alle seguenti voci.

Quanto spesso hai usato i social media durante la cena?

Quanto spesso hai usato i social media nei 15 minuti prima di andare a dormire?

Quanto spesso hai usato i social media durante la colazione?

Quanto spesso hai usato i social media nei 15 minuti dopo esserti svegliato?

Quanto spesso hai usato i social media durante il pranzo?

Risposte:

Nemmeno un giorno/ Un giorno/ Due Giorni/ Tre giorni/ Quattro giorni / Cinque giorni/ Sei Giorni/ Tutti i giorni

4. Utilizzando la scala prevista, indica quanto ritieni vera ogni affermazione. Rispondi in base a quanto rispecchia realmente la tua esperienza quotidiana, e non in base a come dovrebbe essere.

Temo che i miei amici facciano esperienze più gratificanti delle mie

Mi preoccupa quando scopro che i miei amici si divertono senza di me

Quando vado in vacanza, continuo a tenere d'occhio (con Facebook) quello che i miei amici stanno facendo

Mi dà fastidio quando non ho l'opportunità di incontrarmi con gli amici

Quando faccio qualcosa di bello, è importante per me condividere i dettagli online

È importante che capisca il linguaggio dei miei amici quando "scherzano"

Divento ansioso quando non so i miei amici cosa stanno facendo

Ho paura che gli altri facciano esperienze più interessanti delle mie

A volte mi chiedo se passo troppo tempo a seguire quello che sta succedendo agli altri

Quando manco ad un evento mi dà fastidio

Risposte:

Non è affatto vero per me/ E' leggermente vero per me / E' moderatamente vero per me/ E' molto vero per me/ E' estremamente vero per me

5. Quali dei seguenti social network utilizzi? (Seleziona tra le varie opzioni)

Myspace, LinkedIn, Facebook, Instagram, Google+, Tumblr, Pintrest, VK, Weibo, Twitter

Nella seconda somministrazione sono state aggiunte le voci:

Whatsapp, Steam, altro.

Appendice.3

Questionario U.A.D.I. - *Uso, Abuso e Dipendenza da Internet*

Gli items sono seguiti da una griglia di risposta secondo una scala Likert a 5 punti:

1 - *Assolutamente falso*; 2 - *Piuttosto falso*; 3 - *Né vero né falso*; 4 - *Abbastanza vero*; 5 - *Assolutamente vero*

1. Controllo la posta elettronica a intervalli regolari
2. Quando sono in rete ho la sensazione che il tempo voli
3. Preferisco contattare le persone via Internet, piuttosto che per telefono o di persona
4. Mi emozionano a navigare o a comunicare in Internet
5. Dico di usare Internet esclusivamente per studio o per lavoro, anche se non è esattamente vero*
6. Ho l'impressione che in rete sia tutto più facile
7. Qualche volta penso a Internet per distrarmi da pensieri spiacevoli
8. Quando sono in rete non nascondo la mia vera identità
9. Divento di malumore se ho problemi tecnici di connessione (lentezza di collegamento, linea occupata, etc.)
10. Internet è sinonimo di trasgressione
11. Mi sembra che la rete sia una sorta di mondo parallelo
12. Internet facilita i miei rapporti sociali
13. Qualche volta, quando sono in rete, ho la sensazione di allontanarmi dalla realtà o di essere altrove
14. In Internet uso un linguaggio scurrile o aggressivo
15. Da quando uso Internet non mi è mai capitato di saltare i pasti o di modificare le mie abitudini
16. Preferisco collegarmi quando sono solo o al riparo da sguardi indiscreti
17. Mi capita di restare on-line più di quanto intendessi inizialmente
18. Non penso che le persone in Internet siano più socievoli o interessanti*

19. Spesso mi trovo a pensare a quando mi collegherò la prossima volta
20. Qualche volta mi diverto a mentire in rete
21. Mi capita di collegarmi se non ho uno scopo preciso
22. Mi capita di fare dei "sogni a occhi aperti" su Internet
23. Internet mi stimola un'immaginazione senza limiti
24. Amici o familiari non si lamentano perché trascorro troppo tempo "on-line"
25. Internet mi provoca un senso di alienazione
26. Sento che Internet mi rende più libero e disinibito*
27. Mi capita di avere dei "flashback" o dei pensieri sconnessi durante o dopo un lungo collegamento in Internet
28. In Internet tendo a comportarmi in modo diverso dal solito
29. Spesso ho provato a ridurre il tempo o la frequenza dei collegamenti senza riuscirci
30. Non mi è mai capitato di provare emozioni forti in internet
31. Spesso le cose mi riescono meglio grazie a Internet
32. Mi collego anche se ho altre cose importanti da fare
33. In Internet mi capita di cercare materiale erotico o di parlare di sesso
34. Tendo a descrivermi in modo diverso da quello che sono quando uso chat, posta elettronica o giochi di ruolo
35. Internet non influenza mai il mio umore o il mio stato d'animo
36. A causa di Internet tendo ad evitare amici o familiari
37. Qualche volta sento il bisogno di collegarmi a Internet, anche solo per un momento
38. Non ho la sensazione di viaggiare, sognare o essere come in un film quando sono in Internet
39. Spesso mi collego per scacciare la noia
40. Mi sembra che in Internet la mia identità (sessuale, sociale o professionale) sia più sfumata e meno soggetta a vincoli
41. Dopo alcune ore di collegamento, le persone o le cose intorno a me mi sembrano in qualche modo diverse

42. Non provo imbarazzo né tendo alla riservatezza quando qualcuno mi chiede cosa faccio in rete
43. Penso che Internet sia il mio rifugio
44. Quando sono in compagnia di amici o familiari non mi capita mai di pensare a Internet
45. Penso che tramite Internet sia più facile fare esperienze eccitanti
46. Internet non interferisce negativamente con il lavoro, lo studio o i rapporti sociali
47. Dopo alcune ore di collegamento mi sento più nervoso o più depresso
48. In Internet mi sento più euforico
49. Non mi innervosisco se, per qualche motivo, non mi posso collegare
50. Ci rimango male se non ricevo posta elettronica
51. Controllo spesso i miei siti, le chat, i newsgroup etc. preferiti
52. Non mi capita mai di preferire Internet a una serata con amici o familiari
53. Dopo alcune ore di collegamento ho la sensazione che il mondo intorno a me abbia qualcosa di irreale
54. Non penso che i rapporti sociali in Internet siano meno stressanti
55. Trovo sempre un motivo per rimanere collegato ancora un pò
56. Qualche volta penso che la vita reale sia più deprimente della vita "on-line"
57. Quando sono collegato non mi preoccupa che altri possano violare la mia privacy o danneggiare il mio pc*
58. Quando sono collegato provo una vaga sensazione di onnipotenza
59. In Internet mi sento più abile o scaltro
60. Non perdo ore di sonno a causa di Internet
61. Qualche volta, dopo una giornata storta, sento il bisogno di collegarmi
62. Qualche volta uso Internet come valvola di sfogo alle mie preoccupazioni
63. Non cerco di nascondere agli altri la quantità di tempo che trascorro in rete
64. Mi sembra che Internet esalti molto le mie potenzialità*
65. Penso di trascorrere troppo tempo in rete
66. Mi capita di pensare a ciò che sta accadendo, o a ciò che potrei fare in rete, quando non sono collegato

- 67. Dopo alcune ore di collegamento mi sento leggermente stordito o ho delle sensazioni strane
- 68. Mi riesce difficile scollegarmi da Internet
- 69. Durante la giornata non sento mai la mancanza di internet
- 70. Spesso mi collego per avere un mio spazio privato
- 71. L'uso di Internet non mi dà problemi di affaticamento (fisico o psicologico)
- 72. Qualche volta trovo conforto nello stare da solo al computer
- 73. In rete può essere eccitante cambiare la propria identità (sessuale, sociale o professionale)
- 74. Qualche volta ho l'impressione di perdermi nel cyberspazio
- 75. Non penso che le relazioni "on-line" siano più soddisfacenti di quelle reali
- 76. Spesso il mio umore migliora quando mi collego
- 77. A volte Internet mi fa sentire più importante
- 78. In rete non mi preoccupa di quello che gli altri possono pensare di me
- 79. Internet influenza i miei pensieri o i miei sogni
- 80. Qualche volta mi dico: "ancora un pò" ... e mi scollego

* (L'analisi fattoriale ha suggerito all'autore dello strumento l'eliminazione degli items 5, 18, 26, 57, 64, che vanno quindi esclusi dalla versione finale dello strumento).

Appendice.4

COPE-NVI - Coping Orientation to Problems Experienced Nuova Versione Italiana

Siamo interessati a conoscere il modo con cui le persone reagiscono quando devono far fronte agli eventi difficili o stressanti della vita. Ci sono molti modi per cercare di fronteggiare lo stress. Questo questionario le chiede di indicare che cosa generalmente fa e che cosa generalmente sente quando fa esperienza di eventi o situazioni stressanti. Ovviamente, eventi diversi portano ad agire in modi in qualche misura differenti, ma pensi a che cosa generalmente fa quando è sottoposto/a ad un notevole stress.

Per favore risponda a ciascuna delle seguenti affermazioni segnando il numero che corrisponde alla sua risposta. I numeri vanno interpretati in questo modo:

1 = Di solito non lo faccio.

2 = Lo faccio qualche volta.

3 = Lo faccio con una certa frequenza.

4 = Lo faccio quasi sempre.

Per favore cerchi di rispondere a una domanda per volta e non tenga conto delle risposte che ha dato precedentemente. Scegli con attenzione la risposta che meglio descrive il suo modo di comportarsi. Per favore risponda ad ogni affermazione. Non ci sono risposte giuste o sbagliate, perciò scelga la risposta più appropriata per lei e non quella che la maggior parte delle persone, secondo lei, darebbe. In sintesi, dica che cosa di solito fa quando affronta un'esperienza stressante.

1. Cerco di utilizzare questa esperienza per crescere come persona. ① ② ③ ④

2. Mi dedico al lavoro o ad altre attività per non pensare a ciò che mi preoccupa.

① ② ③ ④

3. Mi preoccupa e do sfogo alle mie emozioni. ① ② ③ ④

4. Cerco di farmi consigliare da qualcuno sul da farsi. ① ② ③ ④

5. Mi impegno al massimo per agire sulla situazione. ① ② ③ ④

6. Dico a me stesso/a che sto vivendo qualcosa di irreale. ① ② ③ ④
7. Ripongo la mia speranza in Dio. ① ② ③ ④
8. Rido della situazione. ① ② ③ ④
9. Riconosco che non posso farci niente e abbandono ogni tentativo di agire. ① ② ③ ④
10. Mi trattengo dall'agire troppo in fretta. ① ② ③ ④
11. Parlo dei miei sentimenti con qualcuno. ① ② ③ ④
12. Faccio uso di alcool o droghe o farmaci per sentirmi meglio. ① ② ③ ④
13. Cerco di abituarli all'idea che ciò è successo. ① ② ③ ④
14. Parlo con qualcuno per capire di più sulla situazione. ① ② ③ ④
15. Non mi faccio distrarre da altri pensieri o attività. ① ② ③ ④
16. Tendo a fantasticare per distrarmi. ① ② ③ ④
17. Mi rendo conto di preoccuparmi molto. ① ② ③ ④
18. Cerco aiuto in Dio. ① ② ③ ④
19. Preparo un piano d'azione. ① ② ③ ④
20. Ci scherzo sopra. ① ② ③ ④
21. Accetto che ciò sia accaduto e che non possa essere cambiato. ① ② ③ ④
22. Mi trattengo dal fare qualsiasi cosa fin a che la situazione lo permetta. ① ② ③ ④
23. Cerco sostegno morale dagli amici e dai parenti. ① ② ③ ④
24. Semplicemente rinuncio a raggiungere i miei obiettivi. ① ② ③ ④
25. Mi sforzo più del solito per tentare di liberarmi dal problema. ① ② ③ ④
26. Cerco di distrarmi per un momento bevendo alcool o prendendo droghe o farmaci. ① ② ③ ④
27. Mi rifiuto di credere che ciò sia accaduto. ① ② ③ ④
28. Do libero sfogo ai miei sentimenti. ① ② ③ ④
29. Cerco di vedere le cose in una luce diversa, per farle sembrare più positive. ① ② ③ ④

30. Parlo con qualcuno per fare qualcosa di concreto per risolvere il problema. ①
② ③ ④
31. Dormo più del solito. ① ② ③ ④
32. Cerco di escogitare una strategia sul da farsi. ① ② ③ ④
33. Mi concentro nel trattare questo problema, e se necessario metto da parte le altre cose. ① ② ③ ④
34. Cerco la comprensione e la solidarietà di qualcuno. ① ② ③ ④
35. Bevo alcool o prendo droghe o farmaci per pensarci di meno. ① ② ③ ④
36. Mi prendo gioco di quello che è successo. ① ② ③ ④
37. Rinuncio a ogni tentativo di ottenere ciò che voglio. ① ② ③ ④
38. Cerco qualcosa di positivo in ciò che sta accadendo. ① ② ③ ④
39. Penso a come potrei gestire al meglio il problema. ① ② ③ ④
40. Faccio finta che non sia veramente accaduto. ① ② ③ ④
41. Mi accerto di non peggiorare le cose agendo troppo presto. ① ② ③ ④
42. Cerco strenuamente di impedire che le altre cose interferiscano coi miei sforzi di fronteggiare il problema. ① ② ③ ④
43. Vado al cinema o guardo la televisione per pensarci di meno. ① ② ③ ④
44. Accetto la realtà dei fatti. ① ② ③ ④
45. Chiedo alle persone come hanno agito di fronte ad esperienze simili. ① ② ③
④
46. Mi sento molto stressato/a e lascio andare i miei sentimenti. ① ② ③ ④
47. Agisco senza indugio per sbarazzarmi del problema. ① ② ③ ④
48. Tento di trovare conforto nella mia religione. ① ② ③ ④
49. Mi sforzo di aspettare il momento giusto per fare qualcosa. ① ② ③ ④
50. Tento di ridicolizzare la situazione. ① ② ③ ④
51. Non mi impegno più di tanto per risolvere il problema. ① ② ③ ④
52. Parlo con qualcuno di come mi sento. ① ② ③ ④
53. Faccio uso di alcool o droghe o farmaci per aiutarmi ad uscirne. ① ② ③ ④

54. Imparo a convivere con il problema. ① ② ③ ④
55. Metto da parte le altre attività per concentrarmi sulla situazione. ① ② ③ ④
56. Rifl etto intensamente su quali mosse fare. ① ② ③ ④
57. Mi comporto come se non fosse mai accaduto. ① ② ③ ④
58. Faccio quello che deve essere fatto, un passo alla volta. ① ② ③ ④
59. Tento di imparare qualcosa dall'esperienza. ① ② ③ ④
60. Prego più del solito. ① ② ③ ④

Appendice.5

Scheda demografica e consenso informato

Consenso Informato

Introduzione

L'Università degli studi di Napoli "Federico II" sta conducendo uno studio al fine di indagare i numerosi aspetti individuali e relazionali connessi al rapporto tra persone e nuove tecnologie digitalizzate e tra persone attraverso tali nuovi sistemi di comunicazione mediata.

Procedure

Le verrà chiesto di compilare un questionario composto da 10 scale che richiederà circa 20 minuti. Le domande sono destinate a determinare, sulla base di esperienze passate, il suo rapporto con i nuovi apparecchi tecnologici. Il questionario sarà condotta con un sondaggio online Qualtrics creato.

Rischi / disagi

I rischi sono minimi per la partecipazione a questo studio. Tuttavia ci si può sentire emotivamente a disagio in caso si fosse particolarmente coinvolti dai contenuti delle domande.

Vantaggi

Non ci sono benefici diretti per i partecipanti. Attraverso la sua partecipazione i Ricercatori del Dottorato di Ricerca in Scienze Psicologiche e Pedagogiche potranno approfondire le nuove dinamiche relazionali legate all'utilizzo dei nuovi apparecchi tecnologici.

Riservatezza

Tutti i dati ottenuti dai partecipanti saranno mantenuti riservati e saranno riportati solo in forma aggregata (riportando solo i risultati combinati e mai riferiti alle informazioni socio-demografiche di seguito richieste). Tutti i questionari saranno sottoposti alla custodia accurata da parte del Ricercatore che avrà accesso ad essi. I dati raccolti saranno conservati nel HIPPA - compliant database Qualtrics - e protetti fino a quando non saranno cancellati dal Ricercatore

Compenso

Non è previsto compenso.

Partecipazione

La partecipazione a questa ricerca è completamente volontaria. Ha il diritto di recedere in qualsiasi momento o rifiutare di partecipare integralmente.

Domande sulla ricerca

Se ha domande su questo studio o sui quesiti in esso contenuti, è possibile contattare:

Dott.ssa Mottola Annalisa - Psicologa, PhD student
E-MAIL annalisa.mottola@unina.it

Ho letto e compreso le finalità del presente studio ed acconsento volontariamente a parteciparvi. Inoltre acconsento all'utilizzo, in forma anonima, dei dati raccolti, per le sole finalità relative alla ricerca in oggetto.

Informazioni Socio-Demografiche

Genere sessuale
Titolo di studi
Nazionalità
Età

SITOGRAFIA

Aftab P. (2011). *Cyberbullying: An Interview with Parry Aftab*.
www.etcjournal.com/2011/02/17/7299/

Arnaldi, V. (2011). *Ragazzine terribili nella rete*.
www.leggo.it/20110506/pdf/LEGGO_GENOVA_9.pdf,

Finkelhor, D, Mitchell, K. & Wolak, J. (2000). *Online victimization: a report on the nation's youth. National center for missing & exploited children*,
www.unh.edu/ccrc/pdf/jvq/CV38.pdf,

Back, M. (2013). *Fighting FOMO: 3 Strategies To Beat Your Fear Of Missing Out*.
http://www.huffingtonpost.com/2013/08/02/fomo-fear-of-missing-out_n_3685195.html

Baldwin, T., & Stroman, A. (2007). *How self-esteem classes are “breeding selfish generation”*. The Times London. Retrieved May 14, 2007,
<http://www.timesonline.co.uk/tol/news/uk/education/article1455519.ec>

Bodei R., *“La comunicazione nel V secolo dell’era globale”*. Napoli, 1996
www.mediamente.rai.it

Conti, L. (2012). *Un mondo senza Facebook?*
www.pandemia.info.

Cotroneo, R. (2013). *Prepariamoci a curarci dal nostro narcisismo*.
http://www.corriere.it/sette/editoriali/cotroneo-roberto/2013-26-narcisismo_2ede12ce-ddb4-11e2-a264-78b7af641acd.shtml

DAPHNE II Programme (2008). *To prevent and combat violence, against children, young people and to protect victims and groups at risk.*

www.bullyingandcyber.net/it/ecpr/il-progetto,

Fake, C. (2011). FOMO and Social Media.

<http://caterina.net/2011/03/15/fomo-and-social-media/>

Fiorillo C., *Il limite che unisce: paradosso, comunicazione, sofferenza. Il concetto di «limite» in Karl Jaspers*. Dialegesthai. Rivista telematica di filosofia, anno 12 (2010) [20 dicembre 2010], <<http://mondodomeni.org/dialegesthai/>>, [56 KB], ISSN 1128-5478

Francas, B. (2008). Amori in chat.

<http://psicologia.guidaconsumatore.com/psicologia>

Giannantonio, M. (2007). Rete invasa da “avatar” nevrotici come originali in carne ed ossa.

http://aschieti.typepad.com/aslchieti/rassegna_stampa/

Goldberg, L. (1995). IAD

www.iucf.indiana.edu/brown/hyplan/addict.html

Herbert A. Simon in *FOMO – fear of missing out: ovvero l’ansia da social network* (2012).

<http://www.tantasalute.it/articolo/fomo-fear-of-missing-out-ovvero-l-ansia-da-social-network/40431/>

James (2010). *Giovani, attività, media- rilevamento svizzera* (2010).

www.kinderschutz.ch/cmsn/files/u169/JAMES_2010_it.pdf

JWT, (2011). *Fear of Missing Out (FOMO)*.

http://www.jwtintelligence.com/production/FOMO_JWT_TrendReport_May2011.pdf

JWT (2012). *Fear of Missing Out (FOMO)*

http://www.jwtintelligence.com/wp-content/uploads/2012/03/F_JWT_FOMO-update_3.21.12.pdf

Kleiner Perkins Caufield & Byers's (2013).in *FOMO: perdersi (nel)la vita degli altri*.

<http://www.in-formazione.net/fomo-perdersi-nella-vita-degli-altri/>

Lalli N. Ingretolli S., (2007) *Il trauma psichico: tra resilienza e vulnerabilità*, www.nicolalalli.it/pdf/trauma_psichico.pdf

Longhitano, L. (2014). “*Perché Facebook ha comprato Whatsapp*”.

www.wired.it/internet/social-network/2014/02/20/perche-facebook-compra-whatsapp/,

Loro, E. (2013). “*Instagram: cos'è e come funziona?*”.

www.comunicazionedigitale.wordpress.com/2013/07/25/instagram-cos-e-come-funziona/#comments,

Marso, P. in *La nomophobia: la paura di rimanere senza cellulare* (2013).

<http://psicologia.doctissimo.it/disturbi-psicologici/fobie/nomofobia.html>

MyLife.com (2013). Social Media Survey Says: We're Overwhelmed!.

<http://www.mylife.com/blog/social-media-survey-says-were-overwhelmed/>

My story: Struggling, bullying, suicide, self harm.

<http://www.youtube.com/watch?v=vOHXGNx-E7E>

OMS (2002). *Primo rapporto mondiale su violenza e salute nel mondo*.
http://whqlibdoc.who.int/publications/2002/9241545615_ita.pdf,

Orlet, C. (2007). The look-at-me generation. *The American Spectator*.
http://www.spectator.org/dsp_article.asp?art_id=11093

Pais, I. (2012). Parla il garante Pizzetti: “Social network? Quello che pubblicate vale per sempre”. *Corriere della Sera*, 4 (13).
<http://nuvola.corriere.it/2012/2004/2013/parla-il-garante-pizzetti-social-networkquello-che-pubblicate-vale-per-sempre>

Pauletto, D. (2009). *Sindrome di Narcisismo Digitale*.
<http://narcisismoweb.Blogspot.com>

Pecorini, C. (1999). Dal reale al virtuale. Verso una nuova dimensione dell’essere. Intervista a Pierre Levy sulla “sua” realtà virtuale e su come gli uomini cambiano d’identità nella rete.
http://hackerart.org/corsi/fm03/esercitazioni/pecorini/Interviste/5_interviste.html

Progetto anti bullismo omofobico, Università degli studi di Napoli Federico II,
www.bullismoomofobico.it

Rutledge, P. (2013). #Selfies: Narcissism or Self-Exploration? Positively Media.
<http://www.psychologytoday.com/blog/positively-media/201304/selfies-narcissism-or-self-exploration>

Schore J.R. Schore A.N., (2011) *Modelli neurobiologici di attaccamento. Psicoanalisi clinica e teoria della regolazione*,
www.psichespi.it/attaccamenti/2/SCHORE-O.

Securenvoy (2012). 66% of the population suffer from Nomophobia the fear of being without their phone.

<https://www.securenvoy.com/blog/2012/02/16/66-of-the-population-suffer-from-nomophobia-the-fear-of-being-without-their-phone/>

Smith P. K., Mahdavi J., Carvalho C., & Tippett N., (2006). *An investigation into cyberbullying, its forms, awareness and impact, and the relationship between age and gender in cyberbullying.*

<http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20130401151715/https://www.education.gov.uk/publications/eOrderingDownload/RBX03-06.pdf>

Staggini, G. (2013). Phubbing: spegni il cellulare!

<http://www.correttainformazione.it/cultura/phubbing-spegni-il-cellulare/>

Suler, J. (2007). The Psychology of Avatars and Graphical Space in Multimedia Chat Communities. A Study of The Palace.

www.rider.edu/suler/psycyber/html

Vaccaro, P. (2001). Comunicazione & Internet;

www.psychomedia.it/pm/telecomm/telematic/vaccaro.htm

Vaidhyanathan, S. (2006). Me, “Person of the Year”? No thanks.

<http://www.msnbc.msn.com/id/16371425>

Vancouver Sun (2012), *After Amanda Todd's death, Christy Clark says new laws may be needed to combat bullying*

www.vancouversun.com/life/After+Amanda+Todd+death+Christy+Clark+says+laws+needed+combat+bullying+with+video/7384108/story.html

Weyland B. (2010). *Violenza e prevenzione alla violenza.* www.forum-p.it/smartedit/documents/downloads/bullismo_e_cyberbullismo.pdf

Xavier., J. (2013). *La nomophobia: la paura di rimanere senza cellulare*.
<http://psicologia.doctissimo.it/disturbi-psicologici/fobie/nomofobia.html>

BIBLIOGRAFIA

Acquisti, A., & Gross, R. (2006). *Imagined communities. Awareness, information sharing, and privacy on the Facebook*. In G. Golle & G. Danezis (Ed.), *Proceedings of the 6th workshop on privacy enhancing technologies* (pp. 36-58). Cambridge: Robinson College.

Aftab, P. (2000). *The parent's guide to protecting your children in cyperspace*. New York: McGraw Hill.

Agatston, P. W., Kowalski, R. & Limber, S. (2007). *Student's perspectives on Cyber bullying*. Journal of Adolescent Health, 41, pp. 859-860.

Aleni Sestito L. "Processi di formazione dell'identità in adolescenza", Liguori, Napoli, 2004.

Ammaniti M., Speranza A.M., Tambelli R., Odorisio F., Vismara L., *Sostegno alla genitorialità nelle madri a rischio: valutazione di un modello di assistenza domiciliare sullo sviluppo della prima infanzia*, Infanzia e Adolescenza, 6, 2, 2007.

Anolli, L. (2002). *Psicologia della comunicazione*. Bologna: Il Mulino.

Anzera, G., & Comunello, F. (Ed.). (2005). *Mondi digitali. Riflessioni e analisi sul digital divide*. Milano: Guerini e Associati.

Arcuri L. "Crescere con la Tv e Internet", il Mulino, Bologna, 2008.

Ardizzone, P. & Rivoltella, P.C. (2008). *Media e tecnologia per la didattica*. Milano: Vita e Pensiero.

Aricak, T., Siyahhan, S., Uzunhasanoglu, A., Saribeyoglu, A., Ciplak, S. & Yilmaz, N. (2008). Cyberbullying among turkish adolescents. *CyberPsychology and Behavior*, 2, pp. 253-261.

Ariely, D. (2010). *Predictably Irrational, Revised and Expanded Edition: The Hidden Forces That Shape Our Decisions*. New York: Harper Collins
Australian Journal of Guidance and Counseling, 15, pp. 68-76.

Balconi, E., & Erba, M. (2006). *Il Narcisismo*. Milano: Xenia.

Bandura A. "Autoefficacia", Erickson, Trento, 2000.

Bandura, A. (1996). Moral disengagement in the perpetrations of inhumanities. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71, pp. 364-374.

Barker, V. (2009). Older adolescents' motivations for social network site use: The influence of gender, group identity, and collective self-esteem. *CyberPsychology & Behavior*, 12 (2), pp. 209-213.

Bartolo, M. G. & Palermi, A. (2007). *Il cyberbullying: prepotenze elettroniche*. XXI Congresso nazionale della Sezione di Psicologia dello Sviluppo. Bergamo, 20-22 Settembre.

Bateman A. & Fonagy P. (2008). *8-Year Follow-Up of Patients Treated for Borderline Personality Disorder: Mentalization-Based Treatment Versus Treatment as Usual*. American Journal of Psychiatry, 165, 5: 631-638.

Bateman A. Fonagy P. *Psychoterapy for Borderline Personality Disorder: Mentalization Based Treatment*, Oxford University Press, USA, 2009

Bateman A., Fonagy P., *Guida pratica al trattamento basato sulla mentalizzazione*. Raffaello Cortina Editore, 2010

Bauman, Z. (2002). *Modernità liquida*. Bari: Laterza.

Bauman, Z. (2006). *Vita Liquida*. Roma-Bari: Laterza.

Beblo T, Driessen M, Mertens M, Wingefeld K, Piefke M, Rullkoetter N et al.: *Functional MRI correlates of the recall of unresolved life events in borderline personality disorder*, in *Psychological Medicine*, 36, 2006, pp.845-856
cit.in Paris J: *Il disturbo borderline di personalità*, Bologna, il Mulino, 2011

Bechar-Israeli, H. (1995). Nicknames, play, and identity on internet relay chat. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 1 (2).

Bennato, D. (2011). *Sociologia dei media digitali. Relazioni sociali e processi comunicativi del web partecipativo*. Roma-Bari: Laterza.

Bergman, S. M., Fearing, M.E., Davenport, S.W., & Bergman, J.Z. (2011). Millennials, narcissism, and social networking: What narcissists do on social networking sites and why. *Personality and Individual Differences*, 50 (5), pp. 706-711.

Berners-Lee, T. (1999). *Weaving the web*. London: Orion Business (trad. it. L'architettura del nuovo web, Feltrinelli, Milano, 1999).

Bocjj, P. (2003). Victim of cyberstalking: An exploratory study of harassment perpetrated via the Internet. *First Monday*, 8, (10).

Bolter, J. D. & Gruising, R. (1999). *Remediation. Understanding new media*. Cambridge, MA: MIT Press (trad. it. Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi, Guerini, Milano, 2002).

Bonaiuto M. “*Conversazioni Virtuali. Come le nuove tecnologie cambiano il nostro modo di comunicare con gli altri*”, Guerini, Milano, 2002.

Borgato, R., Capelli, F. & Ferraresi, M. (2009). *Facebook come. Le nuove relazioni virtuali*. Milano: Franco Angeli.

Boyd. D. M. & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1).

Bronfenbrenner U. “*Ecologia dello sviluppo umano*”, il Mulino, Bologna, 1986.

Bruner J. “*La ricerca del significato. Per una psicologia culturale*”, Bollati Boringhieri, Milano, 1992.

Bruner, J. (1986). *Actual Minds, Possible Worlds*. Cambridge: Harvard University Press (trad. it. La mente a più dimensioni, Laterza, Roma-Bari, 1993).

Bruscaglioni, M. (1994). *La società liberata*. Milano: Franco Angeli.

Buffardi, L., & Campbell, W. K. (2009). Narcisism and Social Networking Web Sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34, pp. 1303-1314.

Burke, M., Marlow, C. & Lento, T. (2009). “Feed me: motivating newcomer contribution in social network sites”. *Proceeding of the 27th International Conference on Human factors in computing system*, New York.

Calvani, A. (2004). *Che cos'è la tecnologia dell'educazione*. Roma: Carocci.

Calvani, A. (2008). *Educazione, comunicazione e nuovi media*. Torino: UTET.

Calvo, M., Ciotti, F., Roncaglia, G., & Zela, M. (2001). *Frontiere in rete*. Roma-Bari: Laterza.

Campbell, M. A. (2005). Cyber bullying: an old problem in a new guise?

Campbell, W. K., Rudich, E.A., & Sedikides, S. (2002). Narcissism, self-esteem, and the positivity of self-views: Two portraits of self-love. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, pp. 358-368.

Cantelmi, T. (2001). Psicopatologia delle condotte online. In V. Caretti, D. La Barbera, *Psicopatologia della realtà virtuale*. Milano: Masson.

Cantelmi, T. (2013). *Tecnoliquidità. La psicologia ai tempi di internet: la mente tecnoliquida*. Milano: San Paolo Edizioni.

Cantelmi, T., & Talli, M. (2007). Anatomia di un problema, una review sui fenomeni psicopatologici internet-correlati. *Psicotech*, 5 (2), pp. 7-32.

Cantelmi, T., De Marco, M., Talli, M., & Del Miglio, C. (2000). Internet Related Psychopatology: aspetti clinici e recenti acquisizioni. *Attualità in Psicologia*, 15 (2) pp. 186-195.

Cantelmi, T., Del Miglio, C., & Talli, M. (2000). Internet Related Psychopatology. Primi dati sperimentali, aspetti clinici e note cliniche. *Giornale Italiano di Psicopatologia*, 6, pp. 40-51.

Cantelmi, T., Toro, M. B., & Talli, M. (2010). *Avatar*. Roma: Edizioni Magi.

Cantelmi, T., & Talli, M. (2012). Condotte Tecno-Additive nell'era del Narcisismo Digitale. *Formazione Psichiatrica e Scienze Umane*, 2, (3).

Caprara, Pastorelli, Bandura, 1995. La misura del disimpegno morale in età evolutiva. *Età evolutiva*, 51, pp.18-29.

Caretti, V. (2000). Psicodinamica della Trance Dissociativa da Videoterminale. In T. Cantelmi, A. D'Andrea, C. Del Miglio & M. Talli (Edd.), *La mente in Internet. Psicopatologia delle condotte on-line*. Padova: Piccin.

Caretti, V., & La Barbera, D. (2001). *Psicopatologia della realtà virtuale*. Milano: Masson.

Carpenter, J. C. (2012). Narcissism on Facebook: Self-promotional and anti social behavior. *Personality and Individual Differences*, 52, pp. 482-486.

Carrol, J. M., & Campbell, R. L. (1989). Artifacts as psychological theories: The case of HCI. *Behavior and Information Technology*, 8, pp. 247-256.

Casas, J. A., Del Rey, R., & Ortega-Ruiz, R. (2013). *Bullying and cyberbullying: Convergent and divergent predictor variables*. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 580-587.

Castelvecchi, A., & Fabris, M. (2002). *L'altra faccia di Facebook. Privacy, copyright e property nell'età dei new media*. Drò: Rapporto VeDrò08.

Caviglia G. (2005), *Teoria della mente, attaccamento disorganizzato, psicopatologia*, Roma, Carocci.

Centerano, L., & Sorchioti, T. (2010). *Personal branding. L'arte di promuovere e vendere sè stessi online*. Milano: Hoepli.

Ceppi, G. & D'Alessio, D. (2011). *Design storytelling. Design e comunicazione nell'era della complessità: un manuale imperfetto*. Bologna: Fausto Lupetti.

Chiusi, P. (2010). *Professione rompiweb*. L'Espresso, pp. 121-122.

Ciotti, F., & Roncaglia, G. (2008). *Il mondo digitale. Introduzione ai nuovi media*. Roma-Bari: Laterza.

Cipresso, P., Villamira, M., Mauri, M., Balgera, A. & Riva, G. (2010). Altruistic behavior in Facebook improves emotional experience; An Eye-tracking and psychophysiological research. *Cyberpsychology, Behavior and Social Network*.

Clarkin J.F., Yeomans F. e Kernberg O.F. (2011), *Psicoterapia psicodinamica dei disturbi di personalità: un approccio basato sulle relazioni oggettuali*. Giovanni Fioriti editore, Roma.

Coloroso, B. (2003). *The Bully, Bullied and the Bystander*. New York: HarperCollins

Conti, L. (2010). *Comunicare con Twitter. Creare relazioni, informarsi, lavorare*. Milano: Hoepli.

Cosenza, G. (2008). *Semiotica dei nuovi media*. Roma-Bari: Laterza.

Davenport, S. (2014). Twitter versus Facebook: Exploring the role of narcissism in the motives and usage of different social media platforms. *Computers in human Behaviour*, 32, pp.212-220.

Dazzi N. (a cura di), Lingiardi V., (a cura di), Gazzillo F.,(a cura di) *La diagnosi in psicologia clinica. Personalità e psicopatologia*, Raffaello Cortina Editore, 2009

De Feo, L. (2009). *Dai corpi cibernetici agli spazi virtuali. Per una storiografia filosofica del digitale*. Soveria Mannelli: Rubbettino.

de Souza, C. S. (2005). *The semiotic engineering of human-computer interaction*. Cambridge, MA: MIT Press.

Dehue, F., Bolman, C. & Völlink, T. (2008). Cyberbullying: youngsters' experiences and parental perception. *CyberPsychology and Behavior*, 2, pp. 217-223.

Del Miglio, C., Gamba, A., & Cantelmi, T. (2001). *Costruzione e validazione preliminare di uno strumento (U.A.D.I.) per la rilevazione delle variabili psicologiche e psicopatologiche correlate all'uso di internet*. *Giornale Italiano di Psicopatologia*, 7, pp. 293-306.

Detert, J.R., Trevino, L. & Sweitzer, V.L. (2008). Moral disengagement in ethical decision making: a study of antecedents and outcomes. *Journal of Applied Psychology*, 93, pp. 374-391.

Di Rocco, E. (2003). *Mondo blog. Storie vere di gente in rete*. Milano: Hops Libri.

Diodato, R. & Somaini, A. (2011). *Estetica dei media e della comunicazione*. Bologna: Il Mulino.

Dovigi, M. (2003). *Weblog. Personal publishing*. Milano: Apogeo.

Dyer, R., Green, R. & Millward, G. (1995). What's the flaming problem? CMC deindividuating or disinhibiting? In M. A. R. Kirby, A. J. Dix & J. E. Finlay (Eds.), *People and computers x*. Cambridge, MA: University of Cambridge Press.

Eco U. "Apocalittici e integrati. Comunicazioni di massa e teorie della cultura di massa", Bompiani, Milano, 1964.

Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends": Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, pp. 1143–1168

Emmons, R. A. (1984). Factor analysis and construct validity of the Narcissistic Personality Inventory. *Journal of Personality Assessment*, 48 (3), pp. 291-300.

Epley, N., & Kruger, J. (2005). When what you type isn't what they read. The perseverance of stereotypes and expectancies over mail. *Journal of Experimental Social Psychology*, 41, pp. 414-422.

Erdur-Baker, O. (2009). Cyberbullying and its correlation to traditional bullying, gender and frequent and risky usage of internet-mediated communication tools. *New media & society*, 12, pp. 109-125.

Erikson, E. H. (1982). *The Life Cycle Completed: a review*. New York: Norton (trad. it. I cicli della vita. Continuità e mutamenti, Armando, Roma, 1984).

Erikson, E. H. (1995). *Gioventù e crisi di identità*. Roma: Armando.

Eugeni, R. (2010). *Semiotica dei media. Le forme dell'esperienza*. Roma: Carocci.

Fabbroni, B. e Giusti, M. A. (2009). *Vittima. Persecutore. Il mondo dello stalker*. Roma: Universitarie Romane.

Faimberg, H. (2006). *Ascoltando tre generazioni*. Milano: Franco Angeli.

Feinberg, T. & Robey, N. (2008). Cyberbullying. *ProQuest Education Journals*, p. 10.

Ferraro, G., Caci, B., D'Amico, A., & Di Blasi, M. (2007). Internet Addiction Disorder: An italian study. *CyberPsychology & Behavior*, 10 (2), pp. 170- 175.

Ferri, D., & Moriggi, S. (2011). *Chi ha paura del digitale? Rischi e opportunità da Facebook a Wikileaks*. Alfabeta2, 11, pp. 24-28.

Ferri, P. (2011). *Nativi Digitali*. Milano: Bruno Mondadori.

Feshbach, S. (1970). Aggression. In P. Mussen (Ed.), *Carmichael's manual of child psychology*. New York: Wiley, pp. 159–259.

Flew, T. (2008). *New Media: An introduction*. Oxford: Oxford University Press.

Fogg, B. J. (2003). *Persuasive technology: Using computers to change what we think and do*. San Francisco, CA: Morgan Kaufmann (trad. it. Tecnologia

della persuasione. Un'introduzione alla captologia, la disciplina che studia l'uso dei computer per influenzare idee e comportamenti, Apogeo, Milano, 2005).

Fogg, B. J., & Eckles, D. (Ed.). (2007). *Mobile persuasion: 20 perspectives of the future of behaviour change*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Ford D.H., Lerner R.M. "Teoria dei sistemi evolutivi", Cortina, Milano, 1995.

Fraiberg S., (1999) *Il sostegno allo sviluppo*, Cortina Raffaello.

Galimberti U. "Dizionario di Psicologia", Garzanti, Milano, 2006.

Galimberti, C. & Riva, G. (1997). *La comunicazione virtuale*. Milano: Guerini e Associati.

Galimberti, U. (2007). *L'ospite inquietante. Il nichilismo e i giovani*. Milano: Feltrinelli.

Galimberti, U. (2011). *Segui il coniglio bianco. Processi identitari e costruzione della soggettività nella presentazione di sé: il caso delle interazioni online*. In C. Regalia & E. Marta (Ed.), *Identità in relazione. Le sfide odierne dell'essere adulto*. Milano: McGraw-Hill, pp. 73-127.

Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultures*. New York: Basic Books (trad. it. Interpretazioni di culture, Il Mulino, Bologna, 1983).

Genta, M.L., Brighi, A. & Guarini, A. (2009). *Bullismo elettronico*. Roma: Carocci.

Gergen, K.J. (1985). The social constructionist movement in modern psychology. *American Psychologist*, 40, pp. 226-275.

Giberti F., Rossi R. "Manuale di psichiatria", Piccin, Padova, 2009.

Girmenia, E. (2005). *Essere o apparire: Il Narcisismo nella società moderna*. Roma: Armando.

Giusti, E., & Rapanà, L.(2011) *Narcisismo. Valutazione pluralistica e trattamento clinico integrato del Disturbo Narcisistico di Personalità*. Roma: Sovera.

Goldberg, C. (1980). *In Defense of Narcissism*. New York: Gardner Press

Goleman, D. (1995). *Intelligenza emotiva*. Milano: Rizzoli.

Gonzales, A. L., & Hancock, J. T. (2011). Mirror, mirror on my Facebook wall: Effects of Facebook exposure on self-esteem. *Cyberpsychology, Behavior & Social Networking*, 14, pp. 79-83

Granata, P. (2009). *Arte, estetica e nuovi media. "Sei lezioni" sul mondo digitale*. Bologna: Fausto Lupetti.

Granieri, G. (2009). *Blog generation*. Roma-Bari: Laterza.

Greenberg, J. R., & Mitchell, S. A. (1983). *Object Relations in Psychoanalytic Theory*. Cambridge: Harvard University Press (trad. it. Le relazioni oggettuali nella teoria psicoanalitica, Il Mulino, Bologna, 1986).

Greenfield, D. N. (1999). Psychological characteristics of compulsive Internet use: A preliminary analysis. *CyberPsychology & Behavior*, 2, pp. 403-412.

Guarini, A. (2009). *Diffusione e caratteristiche del bullismo elettronico: ricerche internazionali e nazionali a confronto*. Roma: Carocci.

Hancock, J., Thom-Santelli, J., & Ritchie, T. (2004). Proceedings, Conference on Computer Human Interaction, New York.

Hansen, M.B.N. (2004). *New philosophy for new media*. Cambridge, MA: MIT Press.

Herek, G. M. (2000). The Psychology of Sexual Prejudice in Current Directions. *Psychological Science*, 9, pp. 19-22.

Herring, S. C. (1993). Gender and democracy in computer-mediated communication. *Electronic Journal of Communication*, 3 (2).

Hinduja, S. & Patchin, J. W. (2008). Cyberbullying: an exploratory analysis of factors related to offending and victimization. *Deviant Behavior*, 29, pp. 129-156.

Hinduja, S. & Patchin, J. W. (2009). *Bullying beyond the schoolyard: Preventing and responding to cyberbullying*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Huang, C. M., & Park, D. (2012). Cultural influences on Facebook photographs. *International Journal of Psychology of Psych*, 48, pp. 334-343.

Iacoboni, M. (2008). *I neuroni specchio. Come capiamo ciò che fanno gli altri*. Torino: Bollati Boringhieri.

Iannaccone, N. (2009). *Stop al cyberbullismo. Per un uso corretto e responsabile dei nuovi strumenti di comunicazione*. Molfetta: La Meridiana

Israel, S. (2010). *Twiterville. Far crescere il business nel vicinato globale*. Milano: Etas.

Jacques, F. (1986). La réciprocité interpersonnelle. *Connexions*, 47, pp. 110-136.

Johnson L. "La mente e il computer", il Mulino, Bologna, 1997.

Joinson, A. N., (2001). Self-disclosure in computer-mediated communication. The role of self-awareness and visual anonymity. *European Journal of Social Psychology*, 31, pp. 177-192.

Joinson, A., McKenna, K.Y.A., Postmes, T. & Reips, U.D. (2007). *The Oxford Handbook of Internet Psychology*. New York: Oxford University Press.

Kay, A. (1990). User Interface: A Personal View. In B. Laurel (Ed.), *The Art of Human-Computer Interface Design* (pp.191-207). Reading, MA: Addison-Wesley.

Keen, A. (2013). *Vertigine digitale. Fragilità e disorientamento da social media*. Milano: EGEA

King, A. L., Valença, A. M., & Nardi, A. E. (2010). Nomophobia: the mobile phone in panic disorder with agoraphobia: reducing phobias or worsening of dependence? *Cognitive Behavior Neurology*, 23 (1), pp. 52-4.

Kline, D., & Burstein, D. (2006). *Blog!*. Milano: Sperling & Kupfer.

Kohut, H. (1971). *Narcisismo e analisi del Sé*. Torino: Bollati Boringhieri.

Kowalski, R. M. & Limber, S. P. (2007). Electronic bullying among middle school students. *Journal of Adolescent Health*, 41, pp. 822-830.

Kowalski, R. M., Limber, S. P. & Agatston, P.W. (2008). *Cyberbullying: bullying in the digital age*. Cambridge, MA: Blackwell.

Kozak, A. (2009). *Wild Chickens and Petty Tyrants: 108 Metaphors for Mindfulness.*? :Wisdom Pubns

La Barbera, D. (2005). Le dipendenze tecnologiche. La mente dei nuovi scenari dell'addiction tecno-mediata. In V. Caretti & D. La Barbera (Ed.), *Le dipendenze patologiche. Clinica e psicopatologia*. Milano: Raffaello Cortina.

Lea, M., O'Shea, T., Fung, P. & Spears, R. (1992). Flaming in a computer-mediated communication. In M. Lea (Ed.), *Context in computer-mediated communication*. New York: Harvester-Wheatsheaf.

Legrenzi P. "Creatività e innovazione", il Mulino, Bologna, 2005.

Lejealle, C. (2013). *Le jeu sur le téléphone portable*. Paris: Hartmann.

Lèvy P. "Cybercultura. Gli usi sociali delle nuove tecnologie" Feltrinelli, Milano, 1999.

Lévy, P. (1995). *Qu'est-ce que le virtuel?* Paris: La Découverte (trad. it. Il virtuale, Raffaello Cortina, Milano, 1997).

Li, Q. (2006). Cyberbullying in schools: a research of gender differences. *School Psychology International*, 27, pp.157-170.

Li, Q. (2007). New bottle but old wine: a research of cyberbullying in schools. *Computers in Human Behavior*, 23, pp. 1777-1791.

Lievrouw, L. A., & Livingstone, S. (Ed.). (2008). *Capire i nuovi media. Culture, comunicazione, innovazione tecnologica e istituzioni sociali*. Milano: Hoepli.

Ligorio, M. B. (2002). *Apprendere e collaborare in ambienti di realtà virtuale*. Roma: Garamond.

Ligorio, M.B. (2002). *Aspetti cognitivi e relazionali del problem solving in un ambiente di cmc*. In Mininni (pp. 97-122).

Liotti G. (2006), *Disorganizzazione dell'attaccamento e processi dissociativi*, in N. Dazzi, V. Lingiardi, A. Colli (a cura di), *La ricerca in psicoterapia. Modelli e strumenti*, Milano, Raffaello Cortina Editore.

Liotti G. Farina B., *Sviluppi traumatici. Eziopatogenesi, clinica e terapia della dimensione dissociativa*, Raffaello Cortina Editore, 2011

Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I. & Kelly, K. (2003). *New media: A critical introduction*. London: Routledge.

Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A., & Ólafsson, K. (2010). *Risks and safety for children on the internet*, the UK report. *Politics*, 6, 1.

Longo, G. O. (2003). *Il simbiote. Prove dell'umanità futura*. Meltemi: Roma.

Machmutow, K., Perren, S., Sticca, F., & Alsaker, F. D. (2012). *Peer victimisation and depressive symptoms: can specific coping strategies buffer the negative impact of cybervictimisation?* *Emotional and Behavioural Difficulties*, 17(3-4), 403-420.

Manovich, L. (2002). *The Language of new media*. Cambridge, MA: MIT Press (trad. it. *Il linguaggio dei nuovi media*, Edizioni Olivares, Milano, 2002).

Marcelli D., *Psicopatologia del bambino*, Masson, Parigi, 2006

Marini, F. & Mameli, C. (2004). *Bullismo e adolescenza*. Roma: Carocci.

Marzi, A. & Ulisse, F. (2003) *Blogout. 13 diari dalla rete*. Milano: Novecento.

Maslow A. H. “*Motivazione e personalità*”, Armando, Milano, 1973.

Mason, K. L. (2008). Cyberbullying: a preliminary assessment for school personnel. *Psychology in the Schools*, 45, pp. 323- 348.

Mauri, M., Villamira, M., Cipresso, P., Balgera, A. & Riva, G. (2010). Why is Facebook so successful? Psychophysiological measures describe a Flow state during Facebook use. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networks*.

McGonigal, J. (2011). *La realtà in gioco. Perché i giochi ci rendono migliori e come possono cambiare il mondo*. Milano: Apogeo.

McKenna, K.Y.A. (2007). Through the internet looking glass: Expressing and validating the trueself. In A. Joinson, K.Y.A. McKenna, T. Postmes & U. D. Reips (Ed.), *The Oxford handbook of internet psychology* (pp.205-221). New York: Oxford University Press.

McKenna, K.Y.A., & Bargh, J.A. (1999). Causes and consequences of social interaction on the internet: A conceptual framework. *Media Psychology*, 1 (3), pp. 249-269.

McKenna, K.Y.A., Green, A.S., & Gleason, M.E.J. (2002). Relationship formation on the Internet: What's the big attraction?. *Journal of Social Issues*, 58 (1), pp. 9–31.

McKinney, B., Kelly, L., & Duran, R.L. (2012). Narcissism or openness? College students use of Facebook and Twitter. *Communication Research Reports*, 29, pp. 108-118.

McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg galaxy: The making of typographic man*. Toronto: University of Toronto Press (trad. it. La galassia Gutenberg. Nascita dell'uomo tipografico, Armando, Roma, 1976).

McLuhan, M. (1968). *Understanding media*. London: Sphere (trad.it. Gli strumenti del comunicare, Il Saggiatore, Milano, 1999).

McLuhan M. “*Gli strumenti del comunicare*” il Saggiatore, Milano, 1999.

Menduini, E. (2007). *I media digitali. Tecnologie, linguaggi, usi sociali*. Roma-Bari: Laterza.

Menesini, E., Fonzi, A. & Vannucci, M. (1999). Il disimpegno morale: la legittimazione del comportamento prepotente. In A. Fonzi (Ed.), *Il gioco crudele: studi e ricerche sui correlati psicologici del bullismo*. Firenze: Giunti.

Milgram S. “*Obbedienza all'autorità*”, Einaudi, Torino, 2003.

Minnini, G., & Ligorio, M. B. (1997). Costrutti identitari e interazioni virtuali nella comunicazione via MOO. *Sistemi Intelligenti*, 3, pp. 417-444.

Mininni, G. (Ed.). (2002). *Virtuale.com. La parola spezzata*. Napoli: Idelson-Gnocchi.

Mininni G. “*Psicologia e media*”, Laterza, Bari, 2008.

Mitchell, K. J., Ybarra, M. L. & Finkelhor, D. (2007). The relative importance of online victimization in understanding depression, delinquency, and substance use. *Child Maltreatment*, 12 (4), pp. 314-324.

Molotch, H. (2005). *Fenomenologia del tostapane. Come gli oggetti quotidiani diventano quello che sono*. Milano: Cortina.

Morf, C. C., & Rhodewalt, F. (2001). Unraveling the paradoxes of narcissism: A dynamic self-regulatory processing model. *Psychological Inquiry*, 12, pp. 177-196.

Moriggi, S., & Nicoletti, G. (2009). *Perché la tecnologia ci rende umani. La carne nelle sue riscritture sintetiche e digitali*. Milano: Sirconi.

Moscovici S., Farr R. M. “*Rappresentazioni sociali*”, il Mulino, Bologna, 1989.

Nadkarni, A., Hoffmann, S. G. (2012). Why do people use Facebook?. *Personality and Individual Differences*, 52 (3), pp. 243-249.

Nardulli, A. (2006). *La seduzione di Narciso. Narcisismo e disturbo Narcisistico di Personalità. Una analisi differenziata*. Francavilla al Mare: Psicoline.

Nocentini, A., Calmaestra, J., Schultze-Krumbholz, A., Ortega, R., & Menesini, E. (2010). Cyberbullying: labels, behaviors and definition in three European countries. *Australian journal of guidance and counseling*, 20, pp. 1-14.

Noret, N. & Rivers, I. (2006). The prevalence of bullying by text message or email: results of a four year study. *Poster presented at British psychological society annual conference*, Cardiff.

Norman, D. A. (2004). *Emotional design: Why we love (or hate) everyday things*. New York: Basic Books.

Norman, D. A. (2007). *The design of future things*. New York: Basic Books (trad.it. Il futuro del design, Apogeo, Milano, 2008).

Nosengo, N. (2003). *L'estinzione dei tecnosauri. Storie di tecnologie che non ce l'hanno fatta*. Milano: Sironi Editore.

Nòva24 (2008). *Il fenomeno Facebook: La più grande comunità in rete e il successo dei social network*. Il Sole 24 Ore.

O' Connell, R. (2003). “*A typology of cybersexexploitation and online grooming practices*”. Cyberspace Research Unit. Preston: University of Central Lancashire.

Olweus, D. (1996). *Bullismo a scuola. Ragazzi oppressi ragazzi che opprimono*. Firenze: Giunti.

Ortega, R., Calmaestra, J. & Merchan, J. M. (2008). Cyberbullying. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*, 8, pp. 183-192.

Paccagnella, L. (2000). *La comunicazione al computer. Sociologia delle reti telematiche*. Bologna: Il Mulino.

Paccagnella, L. (2004). *Sociologia della comunicazione*. Bologna: Il Mulino.

Paciello, M., Fida, R., Tramontano, C. Lupinetti, C. & Caprara, G. V.(2008). Stability and change of moral disengagement and its impact on aggression and violence in late adolescence. *Child Development*, 79, pp. 1288-1309.

Palfrey, J., & Gasser, U. (2009). *Nati con la rete: la prima generazione cresciuta su Internet. Istruzioni per l'uso*. Milano: RCS.

Pallone, N. (Ed.). (1999). *Altruism, Narcissism, Comity*. New Jersey: Transaction.

Palomba, M., & Martino, G. (2000). *Chat to Chat, La Comunicazione on-line*. Roma: Kappa.

Panek, E., Nardis, Y., & Konrath, S. H. (2013). Mirror or megaphone? How relationship between narcissism and social networking site use differ on Facebook and Twitter. *Computers in Human Behavior*, 29, pp. 2004-2012.

Parsi, M.R, Cantelmi, T. & Orlando, F. (2009). *L'immaginario prigioniero. Come educare i nostri figli a un uso creativo e responsabile delle nuove tecnologie*. Milano: Mondadori.

Patchin, J. W. & Hinduja, S. (2006). Bullies move beyond the schoolyard: a preliminary look at cyberbullying. *Young Violence and Juvenile Justice*, 4 (2) pp.148-169.

Perry, D. G., Hodges, E.V. E. & Egan, S. K. (2001). Determinants of chronic victimization by peers: A review and new model of family influence. In J. Juvonen & S. Graham (Eds.), *Peer harassment in school: The plight of the vulnerable and victimized*, pp. 73-104. New York: Guilford.

Petrone, L. & Troiano, M. (2008). Bullismo: prevenirlo e sconfiggerlo: indicazioni e istruzioni utili a genitori e insegnanti per smascherare questo fenomeno diffuso tra i ragazzi. *Riza Scienze*, p. 86.

Picard, R. (2000). *Affective computing*. Cambridge, MA: MIT Press.

Piotti A., (2012). *Il banco vuoto. Diario di un adolescente in estrema reclusione* Milano, Franco Angeli

Pisano L. & Saturno, M.E. (2008). Le prepotenze che non terminano mai. *Psicologia contemporanea*, 210, 40-45.

Plummer, D. C. (2001). The Quest for Modern Manhood: Masculine Stereotypes, Peer Culture and the Social Significants of Homophobia. *Journal of Adolescence*, 24, pp. 15-23.

Pompili, M., & Tartarelli, L. (2005). Eating disorders, especially anorexia nervosa, are associated with an increased risk of attempt suicide in young women. *Evidence Based Mental Health*, 8, p. 20.

Potenza, M. N., & Hollander, E. (2002). Pathologic gambling and impulse control disorders. In K. L. Davis, D. Charney, J. Coyle, & C. Nemeroff (Ed.), *NeuroPsychopharmacology: The fifth generation of progress* (pp. 1736-1737). Baltimore, MD: Lippincott Williams & Wilkins.

Pratellesi, M. (2008). *New journalism. Teorie e tecniche del giornalismo multimediale*. Milano: Bruno Mondadori.

Pravettoni, G. (2002). *Web psychology*. Milano: Guerini e Associati.

Prensky, M. (2000). *Digital game-based learning*. London: McGraw-Hill.

Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9, 5. Lincoln: NCB University Press.

Prensky, M. (2007). *Mamma, non rompere. Sto imparando!* Roma: Edizioni Multiplayer.it.

Prentice-Dunn, J. & Rogers, R. W. (1982). Effects of public and private self-awareness on deindividuation and aggression. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43 (3), pp. 503-513.

Prilleltensky I., Nelson G., Peirson L., “The role of power and control in children's lives: An ecological analysis of pathways toward wellness, resilience and problems”. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 11, 2, 2001.

Prilleltensky, I., Nelson G., “Doing psychology critically: Making a difference in diverse settings”, Palgrave, London, 2002.

Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). *Computers in Human Behavior*, 29, pp. 1841-1848.

Przybylski, A., & Weinstein, N. (2013) Can you connect with me now? How the presence of mobile communication technology influences face-to-face conversation quality. *Journal of Social and Personal Relationships*, 30, p.237.

Rafaeli, S., & Ariel, Y. (2008). Online motivational factors: Incentives for participation and contribution in Wikipedia. *Barak*, pp. 243-267.

Raskauskas, J. & Stoltz, A. D. (2007). Involvement in traditional and electronic bullying among adolescents. *Developmental Psychology*, 43, pp. 564-575.

Regalia, C., & E. Marta (Ed.), *Identità in relazione. Le sfide odierne dell'essere adulto* (pp.73-127). Milano: McGraw-Hill.

Rhodewalt, F., & Morf, C.C. (1995). Self and interpersonal correlates of the Narcissistic Personality Inventory: A review and new findings. *Journal of Research in Personality*, 29, pp. 1-23.

Ricci Bitti P.E., Zani B. “*La comunicazione come processo sociale*”, il Mulino, Bologna, 1983.

Riva G. “*Psicologia dei nuovi media*”, il Mulino, Bologna, 2008.

Riva, G. (2009). Interreality: A new paradigm for e-health. *Studies in Health Technology Informatics*, 144, pp. 3-7.

Riva, G. (2010). *I social network*. Bologna: Il Mulino.

Riva, G., Banos, R. M., Botella, C., Winderhold, B. K. & Gaggioli, A. (2012). *Positive technology: Using interactive technologies to promote positive functioning*. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15 (2), pp. 69-77.

Riva, G., Milani, L. & Gaggioli, A. (2010). *Networked flow: comprendere e sviluppare la creatività di rete*. Milano: LED.

Riva, G., Pettiti, M. & Uggè, E. (2007). *Oltre la televisione. Dal DVB-H al web 2.0*. Milano: LED.

Rivoltella, P.C, (2003). *Costruttivismo e pragmatica della comunicazione on line*. Trento: Erickson.

Rizzolatti, G., & Sinigaglia, C. (2006). *So quel che fai. Il cervello che agisce e i neuroni specchio*. Milano: Cortina.

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovation*. New York: The Free Press.

Ross, C., Orr, E.S., Sisic, M., Arseneault, J.M., Simmering, M.G. & Orr, R.R. (2009), *Personality and motivations associated with Facebook use*. *Computers in Human Behavior*, 25 (2), pp. 578-586.

Roush, W. (2004). *Search beyond Google*. *Technology Review*, 3, pp. 34-45.

Roversi, A. (2001). *Chat Line. Luoghi ed esperienze della vita in rete*. Bologna: Il Mulino.

Roversi A. "Introduzione alla Comunicazione Mediata da Computer", il Mulino, Bologna, 2004.

Salmivalli, C. (2010). *Bullying and the peer group*. A review: Aggression and violent behavior, 15(2), 112-120.

Sartori, L. (2006). *Il divario digitale. Internet e le nuove disuguaglianze sociali*. Bologna: Il Mulino.

Scherer, K. (1997). *College life online: Healty and unhealthy Internet use*. *Journal of College Student Development*, 38, pp. 655-665.

Semi, A. A. (2007). *Il Narcisismo*. Bologna: Il Mulino.

Shannon, C.E. & Weaver, W. (1949). *The mathematical theory of communication*. Urbana: University of Illinois Press.

Shariff, A. F. & Tracy, J. L. (2009). *Knowing Who's Boss: Implicit Perceptions of Status from the Nonverbal Expression of Pride*. *Emotion*, 9 (5), 631-639.

Shariff, S. & Strong-Wilson, T. (2005). *Bullying and new technologies: what can teachers do to foster socially responsible discourse in the physical and virtual school environments?* In J. Kincheloe (Ed.) *Classroom teaching: an introduction*. New York: Peter Lang, pp. 219-240.

Sharp, S., Smith, P. K. (1994). *Tackling bullying in our school. A pratical handbook for teachers*. London: Routledge (trad. it. *Bulli e prepotenti nella scuola. Prevenzione e tecniche educative*, Erikson, Trento, 1995).

Slonje, R. & Smith, P. K. (2008). Cyberbullying: another main type of bullying?. *Scandinavian Journal of Psychology*, 49, pp. 147-154.

Smith, P. K., Mahdavi, J., Carvalho, M., Fisher, S., Russell, S. & Tippett, N. (2008). Cyberbullying: its nature and impact in secondary school pupils. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 49, pp. 376-385.

Smith, P. K., del Barrio, C., & Tokunaga, R. S. (2013). *Definitions of bullying and cyberbullying: How useful are the terms*. Principles of cyberbullying research: Definitions, measures and methodology, 26-45.

Stone, M. H. (1998). *Normal narcissism: An etiological and ethological perspective*. In E.F. Ronningstam (Ed.), *Disorders of narcissism: Diagnostic, clinical and empirical implications* (pp. 7-27). Washington, D.C.: American Psychiatric Press.

Strzyz, K. (1981). Narcisismo e socializzazione. Trasformazione sociale e il mutamento di dati caratteriali. Milano: Feltrinelli.

Suler, J. (2004). The online disinhibition effect. *Cyber-Psychology and Behavior*, 7 (3), pp. 321-326.

Talamo, A., & Roma, F. (2007). Identità e sé tra mutare e permanere. In A. Talamo & F. Roma, *La pluralità inevitabile. Identità in gioco nella vita quotidiana* (p. 29). Milano: Apogeo.

Thomas, S. P. (2006). The phenomenon of cyberbullying. *Jusses in Mental Health Nursing*, 27, pp. 1015-1016

Tom Tong, S., Van Der Heide & B., Langwell, L. (2008). Too much of a good thing? The relationship between number of friends and interpersonal impressions on Facebook. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (3), pp. 531-549.

Tonioni, F. (2011). *Quando internet diventa una droga: ciò che i genitori devono sapere*. Einaudi, Milano.

Tonioni, F. (2013). *Psicopatologia web-mediata: Dipendenza da internet e nuovi fenomeni dissociativi*. Springer Science & Business Media, Berlino.

Tonioni, F. (2014). *Cyberbullismo. Come aiutare le vittime e i persecutori*, Milano, Mondadori.

Tosoni S. “*Identità virtuali. Comunicazione mediata da computer e processi di costruzione dell’identità personale*”, Franco Angeli, Milano, 2004.

Turkle, S. (1995). *Life on the screen: Identity in the age of the Internet*. New York: Simon & Schuster (trad.it. La vita sullo schermo: nuove identità e relazioni sociali nell’epoca di Internet, Apogeo, Milano, 1997).

Turkle, S. (2012). *Insieme ma soli. Perché ci aspettiamo sempre più dalla tecnologia e sempre meno dagli altri*. Milano: Codice.

Tursi, A. (2007). *Estetica dei nuovi media*. Milano: Costa & Nolan.

Van Dijk, J. (2002). *Sociologia dei nuovi media*. Bologna: Il Mulino.

Van Kokswijk, J. (2003). *Hum@n, Telecoms and Internet as interface to interreality*. Hoogwoud: Bergboek.

Vandebosch, H. & Van Cleemput, K. (2008). Defining cyberbullying: a qualitative research into perceptions of youngsters. *CyberPsychology and Behavior*, 2 (4), pp. 499-503.

Villani, D., Grassi, A. & Riva, G. (2011). *Tecnologie emotive. Nuovi media per migliorare la qualità della vita e ridurre lo stress*. Milano: Edizioni LED.

Wallace P. “*La Psicologia di Internet*”, Raffaello Cortina, Milano, 2000.

Watson, P.J., Grisham, S.O., Trotter, M.V., & Biderman, M.D. (1984). Narcissism and empathy: Validity evidence for the Narcissistic Personality Inventory. *Journal of Personality Assessment*, 48, pp. 301-305.

Watzlawick P., Beavin J. H., Jackson D. D. “*Pragmatica della comunicazione umana*”, Astrolabio, Roma, 1971.

Whitty, M. T., & Carr, A. N. (2008). *Incontri@moci*. Gardolo, TN: Erickson.

Whitty, M. T., & Gavin, J. (2001). *Age/Sex/location: Uncovering the social cues in the development of online relationship*. *CyberPsychology & Behaviour*, 4, pp. 623-630.

Whitty, M. T., (2002). *Liar, Liar! An examination of how open, supportive and honest people are in chat rooms*. Computers in Human Behaviour, 18, pp. 343-352.

Wilhelm, A. G. (2000). *Democracy in the digital age: Challenges to political life in cyberspace*. London: Routledge.

Willard, N. (2003). *Off-campus, harmful online student speech*. Journal of School Violence, 1 (2), p. 66.

Willard, N. (2007). *Cyberbullying and Cyberthreats: Responding to the Challenge of Online Social Aggression, Threats, and Distress*. Champaign: Research Press.

Williams, K. R. & Guerra, N. G. (2007). *Prevalence and predictors of internet bullying*. Journal of Adolescent Health, 41, pp. 814-821.

Williams, R. (1974). *Television, technology and cultural form*. London: Fontana (trad.it. *Televisione: tecnologia e forma culturale*, Editori Riuniti, Roma, 2000).

Williams, R. (1981). *Culture*. London: HarperCollins (trad. it. *Sociologia della cultura*, Il Mulino, Bologna, 1983).

Witmer, D., & Katzman, S. (1997). *On line Smiles*. Journal of Computer Mediated Communication, 2.

Wolak, J., Mitchell, K. J. & Finkelhor, D. (2007). *Does online harassment constitute bullying? An exploration of online harassment by know peers and online-only contacts*. Journal of Adolescent Health, 41, pp. 851-858.

Wright, R. (2000). *Non-zero: The logic of human destiny*. New York: Pantheon.

Ybarra, M. L. & Mitchell, K. J. (2004). *Online aggressor/target, aggressors, and target: a comparison of associated youth characteristics*. Journal of child psychology and psychiatric, 45, 1308-1316.

Ybarra, M. L., Diener-West, M. & Leaf, P. J. (2007). *Examining the overlap in Internet harassment and school bullying: implications for school intervention*. Journal of Adolescent Health, 41, pp. 842-850.

Yee, N., & Bailenson, J. (2006). *The Proteus Effect: The Effect of Transformed Self-Representation on Behavior*. Human Communication Research, 33, pp. 271-290.

Young, K. S. (1996). *Addictive use of the Internet: a case that breaks the stereotype*. Psychological Reports, 79, pp. 899-902.

Young, K. S. (1998). *Internet addiction: the emergence of a new clinical disorder*. Cyberpsychology Behaviour, 11, pp. 237-244.

Young, K.S. (2000). *Presi nella rete. Intossicazione e dipendenza da Internet*. Bologna: Calderini.

Zamperini A. “*Psicologia dell’inerzia e della solidarietà*”, Einaudi, Torino, 2001.

Zhao, S. (2006). *Cyber-gathering places and online-embedded relationships*. Paper presented at the annual meetings of the eastern sociological society in Boston.

Zhao, S., Grasmuck S., & Martin, J. (2008). *Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships*. Computers in Human Behavior, 24, pp. 1816-1836.